

Министерство образования и науки Российской Федерации
Российский государственный профессионально-педагогический университет
Уральское отделение Российской академии образования
Академия профессионального образования

А. Г. Мокроносов
Т. К. Руткаускас

**ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ:
АНАЛИЗ, ПЛАНИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА**

Учебно-методическое пособие

Допущено Учебно-методическим объединением по профессионально-педагогическому образованию в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 030500.18 Профессиональное обучение (экономика и управление)

Екатеринбург
2004

УДК 336.64/.67 (075)

ББК У9 (2)29я 73

М 74

Мокроносов А. Г., Руткаускас Т. К. Экономика предприятия: анализ, планирование и оценка: Учеб.-метод. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед ун-та, 2004. 164 с.

ISBN 5-8050-0117-9

В учебно-методическом пособии даны рекомендации по применению различных методов экономических разработок в процессе анализа и оценки финансовых результатов и финансового положения предприятия, по выявлению основных факторов, обеспечивающих эти результаты, по составлению бизнес-планов обоснования экономической стратегии предприятия и его финансового оздоровления. Подробно рассмотрено содержание всех разделов бизнес-плана инвестиционного проекта и бизнес-плана финансового оздоровления предприятия.

Пособие предназначено для студентов специальностей 060100 Экономическая теория, 030500.18 Профессиональное обучение (экономика и управление) и др., изучающих дисциплины «Экономика предприятия», «Анализ хозяйственной деятельности и аудит», «Основы предпринимательства», «Производственный менеджмент», а также для аспирантов, слушателей системы подготовки и повышения квалификации.

Рецензенты: канд. экон. наук, доц. Л. А. Медведева (Уральский государственный технический университет); канд. экон. наук, доц. М. Г. Лордкипанидзе (Российский государственный профессионально-педагогический университет)

ISBN 5-8050-0117-9

© Российский государственный
профессионально-педагогический
университет, 2004

© Мокроносов А. Г.,
Руткаускас Т. К., 2004

Введение

Цель настоящего пособия – оказать практическую помощь студентам (слушателям) в изучении важнейших разделов микроэкономики, касающихся регулирования производственно-экономических процессов на предприятии, их экономической диагностики.

Учебно-методическое пособие полностью соответствует требованиям государственного стандарта по дисциплине «Экономика предприятия» (ГОС–2000). Оно содержит рекомендации, способствующие получению практических навыков извлечения необходимой для принятия управленческих решений информации из финансовой и экономической отчетности предприятия. Использование в учебном процессе данного пособия позволит студентам (слушателям) более глубоко понять содержание, а также значение экономического анализа, результаты которого служат для составления перспективных и уточнения текущих планов развития предприятия, разработки мероприятий по успешному их выполнению.

В ходе анализа важно определить, как реализуется намеченная стратегия развития предприятия по всем основным технико-экономическим показателям, насколько производительно используются трудовые, материальные и денежные ресурсы, установить причины, положительно или отрицательно влияющие на выполнение плана, глубоко и всесторонне исследовать это влияние; изучить передовой опыт, достижения и недостатки в работе и дать им оценку; выявить возможности повышения экономической эффективности использования внутренних ресурсов.

С этой целью в пособии изложены методические подходы к анализу финансового положения предприятия и основных факторов, обуславливающих его финансовые результаты, включая изменение объемов и себестоимости производства, эффективности использования мощностей, основных средств, материальных и трудовых ресурсов, конкурентоспособности продукции. Анализом охватываются все основные экономические показатели во взаимосвязи с техническими (технологическими), социальными, организационными и другими процессами хозяйственной деятельности предприятия. Показаны источники информации, способы оценки резервов экономики, выявленных в результате анализа.

Овладение изложенными методами анализа позволяет формировать у изучающего аналитическое мышление, умение использования аналитических инструментов для объективной оценки складывающихся хозяйственных ситуаций, выработки и обоснования оптимальных управленческих решений, а также навыки наиболее полного выявления и использования резервов улучшения финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Современная экономическая ситуация, связанная с переходом к рыночным отношениям, диктует предприятиям новый подход к внутрифирменному планированию. Они вынуждены искать такие формы и модели планирования, которые обеспечили бы максимальную эффективность принимаемых решений. Прогрессивной формой планирования является бизнес-план, отражающий важнейшие аспекты и характеристики предпринимательского назначения и инвестиционного предложения предприятия.

Бизнес-план включает цели и задачи, которые ставятся перед предприятием на ближайшую и отдаленную перспективу, оценку текущего состояния экономики, сильных и слабых сторон производства, анализ рынка, информацию о клиентах, а также определение ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей в условиях конкуренции.

В данном пособии не предлагается очередная методика по разработке бизнес-плана, хотя методические вопросы в нем представлены в определенной последовательности и полноте. Среди методик по разработке бизнес-планов авторы приняли за основу методические материалы, подготовленные Центром инвестиционных программ Академии менеджмента и рынка и фирмой «Pro-Invest Consulting», а также «Методические рекомендации по разработке планов финансового оздоровления», утвержденные распоряжением Федерального управления по делам о несостоятельности (банкротстве) от 5 декабря 1994 г. № 98-р.

При изложении материала пособия использован новый План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций, утвержденный приказом Министерства финансов РФ от 31 октября 2000 г. № 94н, введенный в действие с 1 января 2001 г. Новое издание учебно-методического пособия содержит обновленные материалы по всем показателям форм бухгалтерской отчетности в соответствии с приказом Министерства финансов РФ от 22 июля 2003 г. № 67н, вступившим в силу с 1 октября 2003 г., а также по налогам, сборам и платежам с учетом изменений в налоговом законодательстве, вступивших в силу с 1 января 2003 г.

Материал представлен в структурированном и систематизированном виде, удобном для практического применения. Работа осуществлялась при финансовой поддержке Министерства образования РФ (грант № Г 02–3.3–319 «Формирование и развитие рынка жилищно-коммунальных услуг: социально-экономический аспект»).

Авторы попытались сделать материал максимально доступным для понимания и надеются, что данное пособие будет хорошим путеводителем для студентов, аспирантов и слушателей, которые пожелают разобраться в тех или иных вопросах, связанных с экономическим анализом и бизнес-планированием.

ОРГАНИЗАЦИЯ АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ И ОЦЕНКИ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аналитическая работа и оценка деятельности предприятия предполагает ряд последовательных этапов:

1. Уточнение объектов, цели и задач анализа, составление плана аналитической работы.
2. Разработка системы показателей, с помощью которых характеризуется объект анализа.
3. Сбор и подготовка к анализу необходимой информации.
4. Сравнение фактических результатов хозяйствования с показателями плана отчетного года, фактическими данными прошлых лет.
5. Проведение фактического анализа: выделение факторов и определение их влияния на результаты.
6. Выявление неиспользованных и перспективных резервов повышения эффективности предприятия.
7. Оценка результатов принимаемых решений. Разработка мероприятий.

Последовательность проведения анализа и оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия включает ряд процедур, к которым относятся:

- аналитическая структуризация анализируемого объекта, цель которой – получить представление о его составе, структуре, свойствах, отношениях;
- группировка и классификация элементов финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- изучение количественных и качественных характеристик этих элементов;
- изучение видов связей между элементами;
- количественная и качественная оценка резервов;
- оценка факторов, влияющих на эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- обобщение аналитических данных, сравнение однородных показателей, выявление связей, закономерностей, противоречий;
- установление критерия эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- оценка результатов анализа (расчет социально-экономической эффективности или описательная характеристика основных результатов) [6, с. 44].

По своему характеру анализ и оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия могут затрагивать разные элементы и иметь различные

формы (организационный, функциональный, технологический или процедурный анализ).

Материалы анализа оформляются в виде сводных аналитических таблиц, графиков, записок, аналитических справок, отчетов, заключений, обзоров по соответствующим разделам и являются исходными данными для планирования, проектирования и прогнозирования финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНОГО КАПИТАЛА

Существует много определений термина «капитал», среди которых выделяют финансовое и экономическое. В финансовом аспекте под капиталом подразумеваются все активы (средства) предприятия, в экономическом аспекте – средства производства. Капитал как средства производства делится на средства и предметы труда, т. е. на основной и оборотный капитал, а по отечественной терминологии – на основные фонды (средства) и оборотные производственные фонды [39, с. 274].

Основной капитал (основные средства) анализируется по нескольким направлениям:

1. Динамика основных фондов в рыночных ценах с учетом инфляции.
2. Структура основного капитала:
 - производственная (отраслевая), характеризующая распределение основных фондов по различным сферам хозяйствования (отраслям);
 - технологическая, показывающая соотношение между активной частью основных фондов (рабочие машины и оборудование) и пассивной (здания, сооружения и др.);
 - возрастная, характеризующая основные фонды по их сроку службы.
3. Обновление, выбытие и износ основных фондов.
4. Технический уровень основного капитала (по сравнению с конкурентами предприятия на внутреннем и внешнем рынках).
5. Эффективность использования основных фондов.

Обобщенные показатели, характеризующие основной капитал как техническую базу производства, эффективность его использования, можно рассчитывать на основе данных годовой и квартальной статистической отчетности по форме 11 «Сведения о наличии и движении основных фондов (средств) и других нефинансовых активов», а также данных годовой и квартальной бухгалтер-

ской отчетности организаций, включая приложение к бухгалтерскому балансу (форма 5).

Рассмотрим методику решения отдельных аналитических задач.

1. В ходе *анализа динамики и структуры основного капитала* необходимо выявить главные функциональные особенности производственной деятельности (бизнеса) анализируемого хозяйствующего субъекта, оценить размеры, динамику и структуру вложений капитала предприятия в основные средства. Для этого проводится сопоставление данных на начало и конец отчетного периода. Обобщенную картину процесса движения и обновления основного капитала в разрезе классификационных групп можно представить по данным раздела «Основные средства» формы 5 приложения к бухгалтерскому балансу предприятия [35, с. 133–134]. На основе данного раздела составляется табл. 1, в которой показана методика проведения «горизонтального» анализа показателей движения основных средств.

Таблица 1

Анализ наличия и движения основных средств за 200 _г.
(«горизонтальный» анализ)

Наименование показателя	Код строки	Наличие на начало отчетного года	Поступило	Выбыло	Наличие на конец отчетного периода	Изменения за год		
						Абсолютное	В процентах к величине на начало года	В процентах к изменению итога
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Основные средства								
Здания								
Сооружения и передаточные устройства								
Машины и оборудование								
Транспортные средства								
Производственный и хозяйственный инвентарь								

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Рабочий скот								
Продуктивный скот								
Многолетние насаждения								
Другие виды основных средств								
Земельные участки и объекты природопользования								
Капитальные вложения на коренное улучшение земель								
ИТОГО								
Доходные вложения в материальные ценности								
Имущество для передачи в лизинг								
Имущество, передаваемое по договору проката								
Прочие								
ИТОГО								
Передано в аренду объектов основных средств всего								
В том числе:								
здания								
сооружения								
Переведено объектов основных средств на консервацию								
Получено объектов основных средств в аренду всего								

На основе данных табл. 1 необходимо сделать выводы об изменении (увеличении, уменьшении) обеспеченности анализируемого предприятия основными средствами в отчетном периоде с указанием основной причины изменений, а также выявить тенденции (положительные или отрицательные) изменения производственных средств в сравнении с непроизводственными, активной части основных средств и пассивной.

Еще более содержательна информация, полученная в результате проведения «вертикального» анализа отчетности о движении основных средств. «Вертикальный» анализ означает расчет и оценку структуры и структурных изменений в составе основных средств.

2. *Анализ обновления, выбытия и износа основных средств* производится на основе показателей, которые характеризуются соответствующими коэффициентами [40, с. 161; 45, с. 91; 46, с. 144]:

$$K_{\text{обн}} = \frac{F_{\text{ввод}}}{F_{\text{к}}} \cdot 100, \quad (1)$$

$$K_{\text{выб}} = \frac{F_{\text{ликв}}}{F_{\text{н}}} \cdot 100, \quad (2)$$

где $K_{\text{обн}}$ и $K_{\text{выб}}$ – коэффициенты обновления и выбытия, %;

$F_{\text{ввод}}$ и $F_{\text{ликв}}$ – стоимость введенных и ликвидированных (выбывших) основных средств (за год), р.;

$F_{\text{к}}$ и $F_{\text{н}}$ – стоимость основных средств на конец и на начало года, р.

Причем важны не только величины каждого из этих коэффициентов, но и разница между ними.

Коэффициент износа – это доля тех средств, возраст которых превышает нормативные сроки и определяется отношением

$$K_{\text{изн}} = \frac{F_{\text{изн}}}{F_6}, \quad (3)$$

где $F_{\text{изн}}$ – общая сумма износа основных средств, р.;

F_6 – балансовая (первоначальная) стоимость основных средств, р.

3. *Конечная эффективность использования основного капитала* характеризуется показателями фондоотдачи, фондоемкости, рентабельности, относительной экономии фондов, повышения объема продукции, повышения производительности труда, снижения себестоимости продукции и затрат на воспроизводство основных фондов, увеличения сроков службы средств труда [35, с. 135–141].

На промышленных предприятиях фондоотдача определяется по объему выпуска продукции на 1 р. среднегодовой стоимости основных фондов.

$$f = \frac{V}{F}, \quad (4)$$

где f – фондоотдача;

V – объем продукции, принятый для исчисления фондоотдачи;

F – среднегодовая стоимость основных фондов.

Фондоотдача – обобщающий показатель использования производственных основных фондов. На величину и динамику фондоотдачи влияют многие факторы, зависящие и не зависящие от предприятия. Вместе с тем резервы повышения фондоотдачи, лучшего использования техники имеются на каждом предприятии, участке, рабочем месте. Интенсивный путь ведения хозяйства предполагает систематический рост фондоотдачи за счет увеличения производительности машин, механизмов и оборудования, сокращения их простоев, оптимальной загрузки техники, технического совершенствования производственных основных фондов. Для выявления неиспользуемых резервов важно знать основные направления факторного анализа фондоотдачи, вытекающие из различий в подходах к моделированию данного показателя.

Наиболее простой является двухфакторная модель анализа:

$$f = \frac{F^a}{F} \cdot \frac{V}{F^a}, \quad (5)$$

где F^a – активная часть основных фондов.

При анализе фондоотдачи применение данной модели позволяет ответить на вопрос, как изменения в структуре основных фондов, т. е. в соотношении активной и пассивной их частей, повлияли на изменение фондоотдачи.

Для того чтобы раскрыть влияние на фондоотдачу действия экстенсивных и интенсивных факторов использования основных фондов (в том числе машин и оборудования), необходимо использовать в анализе более полную модель:

$$f = \frac{F^a}{F} \cdot \frac{F^{\text{маш}}}{F^a} \cdot \frac{T^{\text{см}}}{O^a \cdot T} \cdot \frac{1}{C^{\text{об}}} \cdot \frac{T^a}{T^{\text{см}}} \cdot \frac{V}{T^a}, \quad (6)$$

где $F^{\text{маш}}$ – стоимость установленных (действующих) машин и оборудования;

$T^{\text{см}}$ – количество отработанных станко-смен;

O^a – количество единиц действующего оборудования;

T – продолжительность отчетного (анализируемого) периода, дн.;

$\overline{C^{об}}$ – средняя стоимость оборудования;

$T^ч$ – количество отработанных станко-часов.

Данная формула позволяет определить влияние на динамику фондоотдачи следующих факторов:

- доли активной части фондов в общей их стоимости $\left(\frac{F^a}{F}\right)$;
- доли машин и оборудования в стоимости активных фондов $\left(\frac{F^{маш}}{F^a}\right)$;
- коэффициента сменности работы оборудования $\left(\frac{T^{см}}{O^a \cdot T}\right)$;
- средней стоимости единицы оборудования $\left(\overline{C^{об}}\right)$;
- продолжительности станко-смены $\left(\frac{T^ч}{T^{см}}\right)$;
- выработки продукции за один станко-час работы оборудования $\left(\frac{V}{T^ч}\right)$.

Одним из важных факторов, оказывающих влияние на эффективность использования основных фондов, является улучшение использования производственных мощностей предприятия и его подразделений. Чтобы установить взаимосвязь между фондоотдачей и уровнем использования производственной мощности, показатель фондоотдачи можно представить в следующем виде:

$$f = \frac{\dot{V}}{\dot{V}^{oc}} \cdot \frac{V^{oc}}{N} \cdot \frac{N}{F^a} \cdot \frac{F^a}{F}, \quad (7)$$

где V^{oc} – основная (профильная) продукция предприятия;

N – среднегодовая производственная мощность.

Данная формула позволяет определить влияние на динамику фондоотдачи изменений в уровне следующих факторов:

- уровня специализации предприятия $\left(\frac{V}{V^{oc}}\right)$;
- коэффициента использования среднегодовой мощности предприятия $\left(\frac{V^{oc}}{N}\right)$;
- доли активной части фондов в общей их стоимости $\left(\frac{F^a}{F}\right)$;
- фондоотдачи активной части фондов, исчисленной по мощности $\left(\frac{N}{F^a}\right)$.

Для анализа действия внешних факторов показатель фондоотдачи можно «развернуть» в факторную модель следующего вида:

$$f = \frac{V}{F} = \frac{M}{F} + \frac{C^{пф}}{F} + \frac{C^{дс}}{F}, \quad (8)$$

где M – стоимость материальных затрат без стоимости покупных деталей и полуфабрикатов;

$C^{пф}$ – стоимость покупных деталей и полуфабрикатов;

$C^{дс}$ – стоимость чистой продукции (добавленная стоимость).

Изменения общей фондоотдачи представляют собой алгебраическую сумму изменений ее составляющих. Здесь полная стоимость продукта раскладывается по элементам стоимости (материальные затраты, заработная плата и прибыль). Общая фондоотдача растет, если имеет место рост по всем составляющим. Опережение по отдельному слагаемому покажет основную причину общего роста.

При расчете общего показателя фондоотдачи в стоимости основных фондов учитываются собственные и арендуемые фонды. Не учитываются фонды, находящиеся на консервации, или резервные, а также сданные в аренду другим предприятиям.

Использование основных фондов признается эффективным, если относительный прирост физического объема продукции или прибыли превышает относительный прирост стоимости основных фондов за анализируемый период.

Рост фондоотдачи ведет к относительной экономии производственных основных фондов и к увеличению объема выпускаемой продукции. Размер относительной экономии ресурсов и доля прироста продукции в результате роста фондоотдачи определяются специальным расчетом.

Относительная экономия основных фондов $\mathcal{E}_{п.о.ф.}$ определяется как разность между величиной среднегодовой стоимости основных фондов отчетного периода и среднегодовой стоимостью основных фондов базового (предшествующего) года, скорректированной с учетом роста объема производства продукции:

$$\mathcal{E}_{п.о.ф.} = (F_{отч} - F_{баз}) \cdot \Delta V, \quad (9)$$

где $F_{отч}$ – среднегодовая стоимость производственных основных фондов отчетного периода;

$F_{баз}$ – среднегодовая стоимость производственных основных фондов базового периода;

ΔV – рост объема производства отчетного периода по сравнению с базовым периодом, %.

Доля прироста продукции за счет роста фондоотдачи определяется по методу цепных подстановок: прирост фондоотдачи за анализируемый период умножается на среднегодовую фактическую стоимость основных производственных фондов:

$$\Delta V = \Delta f \cdot F_{\text{отч}} = (f_{\text{отч}} - f_{\text{баз}}) \cdot F_{\text{отч}}, \quad (10)$$

где ΔV – прирост объема продукции, р.

$\Delta f = (f_{\text{отч}} - f_{\text{баз}})$ – прирост фондоотдачи за анализируемый период (в отчетном периоде по сравнению с базовым периодом).

Расчет показателей использования основных производственных фондов сводится в табл. 2.

Таблица 2

Расчет показателей использования основных производственных фондов
за 200_ – 200_ гг.

Наименование показателя	Фактически		Отклонение (+, –)	Темп роста, %
	за преды- дущий год	за отчетный год		
1. Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. р.				
2. Выпуск товарной продукции, тыс. р.				
3. Прибыль от выпуска товарной продукции, тыс. р.				
4. Фондоотдача, р.				
5. Рентабельность основных производственных фондов, %				
6. Относительная экономия основных фондов в результате роста фондоотдачи, тыс. р.				
7. То же, % к стоимости фондов				
8. Прирост продукции за счет роста фондоотдачи, тыс. р.				
9. То же, % к общему приросту продукции				

На динамику фондоотдачи оказывает влияние изменение активной части производственных фондов (табл. 3).

Таблица 3

Анализ влияния активной части производственных фондов на динамику фондоотдачи за 200_ – 200_ гг.

Наименование показателя	Условное обозначение показателя	Фактически		Отклонение (+, –)	Темп роста, %
		за предыдущий год	за отчетный год		
1. Среднегодовая производственная мощность, тыс. р.	N				
2. Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. р.	F				
3. Стоимость активной части производственных фондов, %	F^a				
4. Удельный вес активной части в общем объеме основных фондов, %	y^a				
5. Стоимость действующего оборудования, тыс. р.	$\overline{C^{об}}$				
6. Удельный вес действующего оборудования в стоимости активной части производственных фондов, %	$y^{об}$				
7. Фонд времени работы действующего оборудования, тыс. станко-ч	$T^ч$				
8. Время работы единицы оборудования за период, тыс. станко-ч	$T_{ед}^ч$				
9. Часовая выработка действующего оборудования, тыс. р.	$B^ч$				
10. Фондоотдача активной части производственных фондов, р.	f				

При проведении анализа влияния активной части производственных фондов на динамику фондоотдачи в состав изучаемых факторов включаются:

- часовая выработка на действующем производственном оборудовании;
- время работы единицы оборудования за отчетный период;
- удельный вес действующего оборудования в стоимости активной части производственных фондов;
- удельный вес активной части в общей стоимости основных фондов.

Представленные в таком аналитическом виде показатели позволяют увязать между собой факторные и результативные показатели, дать оценку влияния каждого из рассматриваемых факторов на уровень общей фондоотдачи основных производственных фондов и их активной части.

Рассмотрим последовательность расчета прироста фондоотдачи по факторам:

1) влияние часовой выработки действующего производственного оборудования на изменение фондоотдачи активной части производственных фондов определяется исходя из следующего расчета:

$$\pm f_1^a = f_{отч} - B_{баз}^н \cdot T_{ед(отч)}^ч \cdot Y_{отч}^{об};$$

2) влияние изменения времени работы единицы действующего оборудования на величину фондоотдачи рассчитывается следующим образом:

$$\pm f_2^a = B_{баз}^н \cdot T_{ед(отч)}^ч \cdot Y_{отч}^{об} - B_{баз}^н \cdot T_{ед(баз)}^ч \cdot Y_{отч}^{об};$$

3) влияние изменения удельного веса действующего оборудования в общей стоимости активной части производственных фондов определяется из расчета

$$\pm f_3^a = B_{баз}^н \cdot T_{ед(баз)}^ч \cdot Y_{отч}^{об} - B_{баз}^н \cdot T_{ед(баз)}^ч \cdot Y_{баз}^{об}.$$

В заключение составляется баланс полученных результатов факторного анализа по фондоотдаче активной части производственных фондов:

$$\pm f^a = \pm f_1^a \pm f_2^a \pm f_3^a.$$

Рост фондоотдачи является важнейшим фактором улучшения финансовых результатов деятельности предприятия.

ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ

Для определения общих размеров мощностей, мобилизации резервов, повышения эффективности их использования, а также для обоснования производственной программы разрабатывается баланс производственной мощности предприятия.

Плановый баланс производственной мощности предприятия определяется по следующей формуле [40, с. 173]:

$$N_2 = N_1 + N_{\text{отм}} + N_{\text{н}} \pm N_{\text{а}} - N_{\text{в}}, \quad (11)$$

где N_2 – производственная мощность на конец планируемого (отчетного) периода в соответствующих единицах измерения (выходная);

N_1 – производственная мощность на начало планового (отчетного) периода – входная (определяется в соответствии с действующими положениями и отраслевыми инструкциями по расчету наличных производственных мощностей);

$N_{\text{отм}}$ – прирост мощности в плановом (отчетном) периоде за счет проводимых организационно-технических мероприятий (изменения режима работы оборудования, совершенствования организации труда и производства, интенсификации технологических процессов, внедрения прогрессивных видов сырья, материалов, технологии и т. п.);

$N_{\text{н}}$ – прирост мощности за счет нового строительства, расширения, технического перевооружения и реконструкции предприятия, модернизации и замены устаревшего оборудования, поступления основных производственных фондов от других предприятий;

$N_{\text{а}}$ – прирост (+), уменьшение (–) мощности в связи с изменением номенклатуры и ассортимента продукции;

$N_{\text{в}}$ – уменьшение производственной мощности, вызванное выбытием основных производственных фондов (ликвидация цехов, агрегатов, установок из-за ветхости зданий, износа оборудования, стихийных бедствий, передачи (реализации) фондов другим предприятиям (организациям), а также в связи с исчерпанием запасов полезных ископаемых и лесосырьевых ресурсов).

При определении производственной мощности и составлении баланса в расчет должно приниматься все оборудование, закрепленное за основными производственными цехами, участками (включая оборудование, бездействующее вследствие неисправности, ремонта, модернизации). Необходимо учитывать также оборудование, находящееся в процессе монтажа и на складе, предназначенное к вводу в эксплуатацию в расчетном периоде. Оборудование, установленное во вспомогательных цехах и на участках сверх норматива, аналогичное оборудованию основных ведущих цехов, должно также включаться в расчет мощности предприятия.

Не включается в расчет производственной мощности предприятия резервное оборудование, а также оборудование опытно-экспериментальных и специальных участков для профессионального обучения.

Производственная мощность предприятия и баланс производственной мощности рассчитываются в тех же единицах измерения, в каких планируется и учитывается производство промышленной продукции, а в отдельных случаях – в единицах измерения перерабатываемого сырья.

В плановом периоде расчет объема выпуска продукции с вновь вводимых мощностей производится на основе нормативных коэффициентов освоения вновь введенных мощностей:

$$V = \frac{N_{н.с} \cdot q_{ос}}{100}, \quad (12)$$

где $N_{н.с}$ – среднегодовая вновь вводимая в действие в данном году производственная мощность в соответствующих единицах;

$q_{ос}$ – коэффициент освоения вновь вводимой мощности в планируемом году.

В планируемом периоде объем выпуска продукции с действующих производственных мощностей определяется следующим образом:

$$V_n = N_c \cdot q_m, \quad (13)$$

где N_c – среднегодовая производственная мощность;

q_m – плановый (нормативный) коэффициент использования мощности, установленный для данного периода с учетом особенностей работы предприятия (отрасли) и влияния различных факторов (организационно-технических мероприятий, кооперированных связей, обеспеченности производственными ресурсами и т. д.).

Абсолютный прирост производственной мощности предприятия (цеха, участка) за год ΔN определяется по формуле

$$\Delta N = N_2 - N_1.$$

Баланс мощности составляется ежегодно за истекший год по всей номенклатуре выпускаемой продукции на основе данных баланса производственной мощности за предыдущий год (табл. 4) [6, с. 121].

В тех случаях, когда номенклатура и ассортимент продукции, принятые при расчете мощности, утвержденной по предыдущему балансу, значительно отличаются от фактической номенклатуры и ассортимента продукции, производится расчет изменения мощности по номенклатуре и ассортименту продукции отчетного года на основе соотношения суммарной трудоемкости продукции в номенклатуре и ассортименте, принятой в плане и фактической.

Таблица 4

Баланс производственной мощности за 2002 г.

Наименование основных видов продукции	Мощность на 01.01.2002, утвержденная по балансу за 2001 г.	Изменение производственной мощности в отчетном году										Использование среднегодовой мощности в 2002 г., % (гр. 12: гр. 11)	
		Увеличение мощности (всего)	В том числе за счет				Уменьшение мощности (всего)	В том числе за счет		Мощность на 01.01.2003 (гр. 2 + гр. 3 – гр. 7) в номенклатуре и ассортименте продукции отчетного 2001 г.	Среднегодовая мощность, действовавшая в 2002 г.		Выпуск продукции или количество переработанного сырья в 2002 г.
			ввода в действие (расширение, реконструкция действующих и строящихся предприятий)	проведения организационно-технических мероприятий	изменения номенклатуры продукции (уменьшение трудоемкости)	изменения номенклатуры продукции (увеличение трудоемкости)		выбывтия (ветхость, исчерпание запасов)					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Объем производства, млн р. По номенклатуре: Продукция А Продукция Б и т. д.													

Данные расчетов производственной мощности по объему продукции и ее использованию сводятся в форму (табл. 5).

Для сопоставления с планом производства, расчета показателя использования мощности и др. в табл. 5 указывается величина среднегодовой мощности. При равномерном наращивании в течение года производственной мощности ее среднегодовая величина определяется как полусумма входной и выходной мощностей. Если мощность на протяжении года изменяется неравномерно, то среднегодовая мощность определяется как сумма величин входной мощности и среднегодовой вводимой мощности за вычетом среднегодовой выбывающей мощности.

Среднегодовая вводимая мощность $N_{н.с}$ определяется как сумма новых мощностей $N_{н.}$, умноженных на число месяцев их использования до конца данного года n_i , деленная на 12:

$$N_{н.с} = \frac{\sum N_{н.} \cdot n_i}{12}. \quad (14)$$

Среднегодовая выбывающая мощность $N_{в.с}$ определяется как сумма выбывающих производственных мощностей $N_{в.}$, умноженных на число месяцев n_i , остающихся с момента выбытия до конца данного года, деленная на 12:

$$N_{в.с} = \frac{\sum N_{в.} \cdot n_i}{12}. \quad (15)$$

Среднегодовая действующая производственная мощность N_c определяется как алгебраическая сумма входной мощности N_1 , среднегодовой вводимой $N_{н.с}$ за вычетом среднегодовой выбывающей мощности $N_{в.с}$, т. е. $N_c = N_1 + N_{н.с} - N_{в.с}$.

В тех случаях, когда не устанавливается конкретный срок ввода в действие мощностей в течение года, в плане среднегодовой ввод в действие (выбытие) мощности принимается равным 35% намечаемого ввода (выбытия) мощности за год, тогда $N_c = N_1 + 0,35 N_{н.с} - 0,35 N_{в.с}$.

Степень использования среднегодовой производственной мощности определяется коэффициентом использования мощности, который рассчитывается как отношение планового (или фактического) выпуска продукции либо объема переработанного сырья V_ϕ к среднегодовой плановой (фактической) мощности данного года N_c [40, с. 176]:

$$K_m = \frac{V_\phi}{N_c}, \quad K_m = \frac{V_\phi}{N_c} \cdot 100\%. \quad (16)$$

Таблица 5

Производственные мощности и их использование

Наименование основных видов продукции	Проектная мощность	Мощность на начало планируемого года	Прирост мощности за счет						Выбытие мощности			Наличие мощности		Выпуск продукции по плану рас- четного года	в отчетном году	в планируемом году (гр.16:гр.15) · 100	
			ввода в дейст- вие новых объектов		мероприятий по плану по- вышения эф- фективности производства				итого в среднем за год	Выбывающая мощность	Срок выбытия	В среднем за год	на конец года (гр. 3+ гр. 4+ гр. 7— гр. 11)				в среднем за год (гр.3+ гр.10— гр.13)
			Вводная мощность	Срок ввода	Среднегодовая мощность	Вводная мощность	Срок ввода	Среднегодовая мощность									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Объем производ- ства, млн р. По номен- клатуре: Продук- ция А Продук- ция Б и т. д.																	

Прирост объема продукции за счет улучшения использования производственной мощности ΔV определяется по формуле

$$\Delta V = V \left(\frac{K_{м1}}{K_{мн}} - 1 \right), \quad (17)$$

где V – достигнутый годовой объем выпуска продукции в соответствующих единицах измерения;

$K_{мн}$ – достигнутый коэффициент использования среднегодовой производственной мощности;

$K_{м1}$ – проектируемый коэффициент использования среднегодовой производственной мощности с учетом разработанных организационно-технических мероприятий.

Производственная мощность цеха (участка) $N_{ц}$, оснащенного однотипным оборудованием, определяется следующим образом [42, с.143]:

$$N_{ц} = \Pi \cdot Y_i \cdot n, \text{ или } N_{ц} = \frac{\Phi_3 \cdot Y_i \cdot n}{t_{ш}}, \quad (18)$$

где Π – нормативная годовая производительность одной машины (агрегата);

Y_i – средний коэффициент перевыполнения норм;

n – среднегодовой парк данного вида оборудования, выпускающего одинаковую продукцию или перерабатывающего данное сырье (материалы);

$t_{ш}$ – норма времени на обработку (изготовление) единицы продукции, ч;

Φ_3 – эффективный годовой фонд времени одного станка.

Производственная мощность цеха (участка), оснащенного разнообразным оборудованием, определяется производительностью (пропускной способностью) парка ведущих групп оборудования, характеризующих профиль данного подразделения.

Для проверки соответствия пропускной способности вспомогательных (и других смежных) цехов, участков, хозяйств производственной мощности основных цехов (участков, агрегатов) применяется коэффициент сопряженности мощностей цехов (участков, агрегатов), который определяется по следующей формуле [40, с. 175]:

$$K_c = \frac{N_1}{N_2 \cdot Y_1}, \quad (19)$$

где N_1 , N_2 – мощности сравниваемых цехов (участков, агрегатов), по которым определяется коэффициент сопряженности в соответствующих единицах продукции (шт., т, кг, м и т. п.);

U_1 – удельный расход продукции первого цеха, используемой для производства единицы продукции, выпускаемой вторым цехом, в соответствующих единицах.

На основании данных анализа разрабатывают конкретные мероприятия по улучшению использования производственной мощности предприятия, которыми могут быть:

- маркетинговые исследования (поиск новых потребителей, изучение спроса, повышение качества и обновление номенклатуры продукции);
- улучшение организации ремонтного производства и сокращение внеплановых простоев оборудования; обновление оборудования, механизация, автоматизация процессов;
- оптимизация производственных мощностей (график зависимости себестоимости, прибыли от изменения объема продукции и определение минимального безубыточного объема производства).

Далее целесообразно провести расчеты экономической эффективности улучшения использования производственных мощностей и на основе маркетинговых исследований принять обоснованные производственные задания по выпуску продукции.

Источниками информации для анализа производственной мощности служат данные текущей и годовой отчетности (форма П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», форма П-4 «Сведения о численности, заработной плате и движении работников»); плановые и оперативные данные; данные бухгалтерского и статистического учета.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА

Оборотный капитал – это финансовые ресурсы, вложенные в объекты, использование которых осуществляется фирмой в рамках одного воспроизводственного цикла или в рамках относительно короткого календарного периода времени (как правило, не более одного года).

В составе оборотного капитала выделяются материально-вещественные элементы имущества (оборотные производственные фонды), денежные средства и краткосрочные финансовые вложения (облигации и другие ценные бумаги; депозиты; займы, предоставленные контрагентам фирмы; векселя, выданные клиентам, и т. п.) [40, с. 181].

Ориентируясь на структуру действующего плана счетов бухгалтерского учета, в оборотном капитале фирмы (предприятия) можно выделить:

- капитал в сфере производства, куда относятся производственные запасы (сырье, материалы, покупные полуфабрикаты, комплектующие изделия, конструкции и детали, топливо, горючее и смазочные материалы, тара и тарные материалы, запасные части для ремонта собственного оборудования, строительные материалы, прочие материалы, малоценные и быстроизнашивающиеся предметы, молодняк животных на откорме, в необходимых случаях материалы, переданные в переработку на сторону), незавершенное производство и полуфабрикаты, незавершенное сельскохозяйственное производство, корма и фураж, расходы будущих периодов;

- капитал в сфере обращения, куда относятся готовая продукция, товары, прочие товарно-материальные ценности, товары отгруженные, денежные средства, дебиторы, краткосрочные финансовые вложения, прочие оборотные средства.

К нормируемым оборотным средствам относятся производственные запасы, незавершенное производство, корм и фураж, расходы будущих периодов, готовая продукция, товары и прочие товарно-материальные ценности.

К ненормируемым оборотным средствам относятся товары отгруженные, денежные средства (в расчетах, наличные в кассе, безналичные в чеках, аккредитивах, на расчетных и других счетах в банках), дебиторы, краткосрочные финансовые вложения, прочие оборотные средства.

В качестве источников информации для анализа оборотного капитала используются данные годовой и квартальной бухгалтерской отчетности по форме 1 «Бухгалтерский баланс» и данные раздела «Дебиторская и кредиторская задолженность» формы 5 приложения к бухгалтерскому балансу предприятия, данные текущего бухгалтерского учета.

При анализе на предприятии процессов производства и условий, его обеспечивающих, обязательно используются показатели, характеризующие скорость оборота оборотного капитала и его элементов.

Ускорение *оборачиваемости оборотного капитала* уменьшает потребность в нем, позволяет предприятиям высвобождать часть оборотного капитала либо для нужд экономики (абсолютное высвобождение), либо для дополнительного выпуска продукции (относительное высвобождение).

Общая оборачиваемость всего оборотного капитала складывается из *частной оборачиваемости* его отдельных элементов. Скорость как общей оборачиваемости, так и частной оборачиваемости отдельных элементов оборотного капитала характеризуется рядом показателей [35, с. 142].

Количество оборотов (коэффициент оборачиваемости) определяется по формуле

$$K_{об} = \frac{V_p}{E}, \quad (20)$$

где $K_{об}$ – количество оборотов (коэффициент оборачиваемости);

V_p – выручка от реализации продукции (стоимость реализованной продукции);

E – средний остаток оборотного капитала за расчетный период.

Длительность одного оборота всего оборотного капитала D_E рассчитывается по формуле

$$D_E = \frac{T}{K_{об}}, \text{ или } D_E = \frac{E \cdot T}{V_p}, \quad (21)$$

где T – продолжительность анализируемого периода, дн. (в практике финансовых расчетов при исчислении показателей оборачиваемости принято считать продолжительность любого месяца равной 30 дн., любого квартала – 90 дн. и года – 360 дн.).

Коэффициент закрепления оборотного капитала (или величина, обратная коэффициенту оборачиваемости) рассчитывается следующим образом:

$$K_z = \frac{E}{V_p}, \text{ или } K_z = \frac{1}{K_{об}}. \quad (22)$$

По аналогичным формулам производится расчет *оборачиваемости нормируемого оборотного капитала и отдельных элементов или групп оборотного капитала*. Вместо величины всего оборотного капитала в формулы подставляется величина нормируемого капитала или его отдельного элемента.

В табл. 6 приводится расчет показателей оборачиваемости оборотного капитала.

Когда определяют плановые остатки оборотного капитала, то за основу расчета берут остатки по нормативам. Но для полной сопоставимости с фактическими к плановым остаткам прибавляют суммы средств, прокредитованные банком.

Для оценки *эффективности использования оборотного капитала* по результатам оборачиваемости рассчитывают сумму экономии оборотного капитала (абсолютное или относительное высвобождение) или сумму его дополнительного привлечения.

Таблица 6

Расчет показателей оборачиваемости оборотного капитала

Наименование показателя	Условное обозначение	Значение показателя		
		за предшествующий год	за отчетный год	
			по плану	фактически
Выручка от реализации товарной продукции, тыс. р.	V_p			
Средние остатки всего оборотного капитала, тыс. р.	E			
Средние остатки нормируемого оборотного капитала, тыс. р.	E^n			
Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала	$K_{об}$			
Коэффициент оборачиваемости нормируемого капитала	$K_{об}^n$			
Длительность одного оборота всего оборотного капитала, дн.	D_E			
Длительность одного оборота нормируемого капитала, дн.	D_E^n			

Для исчисления экономии или перерасхода нормируемого оборотного капитала по сравнению с планом используется, например, следующая формула:

$$\Delta E^n = E_\phi^n - \frac{V_{p,\phi} \cdot E_n^n}{V_{p,n}}, \quad (23)$$

где E_ϕ^n – фактические средние остатки нормируемого оборотного капитала;

$V_{p,\phi}$ – фактическая выручка от реализации продукции;

$V_{p,n}$ – плановая выручка от реализации продукции;

E_n^n – плановая величина нормируемого оборотного капитала.

Экономия или перерасход оборотного капитала могут быть определены как произведение суммы однодневной реализации и разницы в днях оборачиваемости отчетного и базисного (планового) периодов:

$$\Delta E^n = \frac{V_{p.\phi}}{T} \cdot \left(\frac{E_{\phi}^n \cdot T}{V_{p.\phi}} - \frac{E_n^n \cdot T}{V_{p.\phi}} \right), \quad (24)$$

где T – длительность рассматриваемого периода (года).

Эффективность использования оборотного капитала заключается не только в ускорении его оборачиваемости, но и в снижении себестоимости продукции за счет экономии натурально-вещественных элементов оборотного капитала в производстве и издержек обращения. Поскольку обобщающими показателями эффективности работы промышленных предприятий являются величина прибыли и уровень общей рентабельности, следует определить влияние использования оборотного капитала на эти показатели.

На финансовое состояние предприятий сильное влияние оказывает состояние дебиторской и кредиторской задолженности, их размеры и качество.

Анализ дебиторской и кредиторской задолженности осуществляется по данным аналитического учета по счетам 45, 60, 62, 63, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 75, 76, 79 ежемесячно. Также используются данные отчетного баланса формы 1 и данные раздела «Дебиторская и кредиторская задолженность» формы 5 приложения к бухгалтерскому балансу предприятия.

Анализ необходимо начинать со структуры и сроков образования дебиторской задолженности. Основная цель в анализе дебиторской задолженности – это ускорение ее оборачиваемости. Для оценки оборачиваемости дебиторской задолженности используется следующая группа показателей: оборачиваемость дебиторской задолженности, период ее погашения, доля дебиторской задолженности в общем объеме текущих активов, доля сомнительной задолженности в составе дебиторской задолженности.

Оборачиваемость дебиторской задолженности рассчитывается как отношение выручки от реализации к средней величине дебиторской задолженности, которая, в свою очередь, определяется как среднеарифметическая ее величина на начало и конец расчетного периода.

Период погашения дебиторской задолженности определяется как отношение продолжительности расчетного периода (360, 90 или 30 дн.) к оборачиваемости дебиторской задолженности.

Доля дебиторской задолженности в общем объеме текущих активов рассчитывается как отношение дебиторской задолженности к общей сумме текущих активов (итог разд. II бухгалтерского баланса (форма 1)), умноженное на 100%.

Доля сомнительной дебиторской задолженности в общем объеме задолженности определяется как отношение сомнительной (просроченной) дебиторской задолженности к общему объему задолженности, умноженное на 100%.

Расчеты по анализу оборачиваемости дебиторской задолженности сводятся в табл. 7.

Таблица 7

Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности

Наименование показателя	Значение показателя		Изменения
	за соответствующий период предыдущего года	за отчетный период	
1. Оборачиваемость дебиторской задолженности, раз 2. Период погашения дебиторской задолженности, дн. 3. Доля дебиторской задолженности в общем объеме текущих активов, % 4. Отношение средней величины дебиторской задолженности к выручке от реализации 5. Доля сомнительной дебиторской задолженности в общем объеме задолженности, %			

По результатам данных табл. 7 необходимо сделать выводы и дать оценку ликвидности текущих активов и финансового положения предприятия.

Анализ дебиторской задолженности следует дополнить анализом кредиторской задолженности. Методика анализа кредиторской задолженности аналогична методике анализа дебиторской задолженности. Анализ проводится на основании данных аналитического учета расчетов с поставщиками, прочими кредиторами. По итогам проведенного анализа нужно также дать оценку финансового положения.

Для улучшения финансового положения предприятия необходимо:

1) следить за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности. Значительное превышение дебиторской задолженности создает угрозу финансовой устойчивости предприятия и делает необходимым привлечение дополнительных источников финансирования;

2) по возможности ориентироваться на увеличение количества заказчиков с целью уменьшения риска неуплаты монопольным заказчиком;

3) контролировать состояние расчетов по просроченным задолженностям. В условиях инфляции всякая отсрочка платежа приводит к тому, что предприятие реально получает лишь часть стоимости выполненных работ. Поэтому необходимо расширить систему авансовых платежей;

4) своевременно выявлять недопустимые виды дебиторской и кредиторской задолженности, к которым относятся: просроченная задолженность поставщикам, в бюджет и др.; кредиторская задолженность по претензиям; сверхнормативная задолженность по устойчивым пассивам; товары отгруженные, не оплаченные в срок; поставщики и покупатели по претензиям; задолженность по расчетам возмещения материального ущерба; задолженность по статье «Прочие дебиторы» [35, с. 148].

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Важнейшим показателем эффективности труда является его производительность. От уровня и динамики производительности труда зависят в той или иной степени основные показатели эффективности производства и все трудовые показатели: производство продукции, численность работников, расходование заработной платы, уровень оплаты труда и др.

От динамики производительности труда также зависит такой важный комплексный показатель, как снижение себестоимости продукции, а следовательно, размер прибыли, уровень рентабельности и другие связанные с ним показатели.

Анализ производительности труда должен проводиться по трем основным направлениям:

- анализ трудоемкости продукции;
- анализ использования рабочего времени;
- анализ структуры и устойчивости (постоянства) промышленно-производственного персонала.

Уровень производительности труда может быть выражен показателем реализованной продукции на одного работающего, или показателем трудоемкости единицы продукции

$$B = \frac{V}{T}, \text{ или } B = \frac{1}{t}; \quad t = \frac{T}{V}, \quad (25)$$

где B – выработка продукции в единицу времени;

t – трудоемкость изготовления продукции (выполнения работы);

V – объем произведенной продукции (работы);

Т – затраты живого труда на производство данного количества продукции (работы).

Об эффективности использования труда в отраслях материального производства судят по таким показателям, как:

- темп роста производительности труда;
- доля прироста продукции за счет повышения производительности труда;
- относительная экономия живого труда работников (в расчете на год в сравнении с условиями базисного года;
- относительная экономия фонда оплаты труда;
- отношение темпов прироста производительности труда к приросту средней заработной платы [3, с. 265].

Анализ степени влияния использования труда на объем продукции представлен в табл. 8.

Таблица 8

Анализ производительности труда

Наименование показателя	Условное обозначение	Базовый период (0)	Фактически за отчетный период	Отклонения (+, –)	Темпы роста, %
Объем продукции, тыс. р.	У				
Среднегодовая численность производственного персонала, чел.	Ч				
Среднегодовая выработка продукции на одного работающего, р.	В				

По данным табл. 8 определяется влияние факторов интегральным методом (можно использовать и другой метод):

- 1) изменение численности рабочих:

$$\Delta V_{\text{ч}} = B_0 \cdot \Delta \text{Ч} + \frac{\Delta B \cdot \Delta \text{Ч}}{2};$$

- 2) изменение производительности труда:

$$\Delta V_{\text{в}} = \text{Ч}_0 \cdot \Delta B + \frac{\Delta B \cdot \Delta \text{Ч}}{2}.$$

По результатам расчетов выводится суммарное влияние факторов на объем продукции в денежном выражении. Значения изменения численности работающих и их производительности труда, как правило, неодинаковы. Первый фактор – количественный, характеризующий экстенсивность использования труда. Увеличение количества работающих мало сказывается на показателях экономичности производства (себестоимости и др.), так как дополнительные работники означают и дополнительные затраты на оплату труда. Второй фактор – качественный. На годовую выработку работающего влияет использование рабочего времени в течение года (экстенсивность труда), но в основном она зависит от «чистой» производительности, характеризуемой среднечасовой (среднедневной) выработкой одного рабочего (интенсивность труда). Если рост производительности труда обгоняет рост средней заработной платы, то это означает прямое снижение себестоимости производства продукции, а следовательно, и повышение его рентабельности [3, с. 266].

Далее по результатам расчетов делается вывод о приросте (сокращении) продукции в процентах, который обеспечен за счет увеличения (уменьшения) численности работающих и в результате повышения (снижения) производительности труда.

По анализируемым данным подводится итог: что дает предприятию каждый процент прироста (сокращения) производительности труда производственного персонала и чему это равносильно с точки зрения экономии (увеличения) численности работающих.

На среднюю выработку производственного персонала влияет не только средняя производительность рабочих за рассматриваемый период, но и удельный вес численности рабочих в составе производственного персонала. Чем больше удельный вес численности рабочих в общей численности работающих, тем выше уровень производительности труда всех работающих. В связи с этим для оценки выполнения плана и динамики производительности труда важное значение имеет анализ средней выработки рабочего за период, день и час.

При построении рядов динамики производительности труда предпочтительно использовать показатель среднедневной или среднечасовой выработки на одного рабочего, чтобы устранить влияние различной продолжительности рабочих дней, месяцев, кварталов, лет.

Между наиболее обобщающим показателем – годовой выработкой одного работающего и таким частным показателем, как часовая выработка одного рабочего, лежит область воздействия ряда факторов, которые характеризуют экстенсивность труда. К ним относятся количество отработанных дней в году, средняя продолжительность рабочего дня, структура производственного персонала.

Интенсивность труда и его производительную силу характеризуют количество труда, затраченного в единицу времени, квалификация работника, прогрессивность техники и технологии, организационный уровень производства и др. Все эти факторы определяют часовую выработку рабочего.

Важным условием повышения эффективности производства является более быстрый рост производительности труда по сравнению с ростом средней заработной платы. Такое соотношение обеспечивает экономию себестоимости продукции по элементу заработной платы.

На величину полной заработной платы работников на предприятиях существенное влияние оказывают премии, получаемые из фонда материального поощрения. При сопоставлении темпов роста производительности труда и средней заработной платы учитываются все доходы, полученные работниками.

При анализе сопоставляются темпы прироста производительности труда и средней полной заработной платы – фактически достигнутые, плановые и предшествующих периодов. При сравнении фактически достигнутых темпов с плановыми следует учитывать, что в плане, как правило, уже заложено определенное опережение. Коэффициент опережения производительности труда над ростом средней заработной платы $J_{п.т}$ рассчитывается делением индекса прироста производительности труда J_n на индекс прироста средней заработной платы J_z [3, с. 267]:

$$J_{п.т} = \frac{J_n}{J_z}. \quad (26)$$

Снижение (повышение) себестоимости продукции за счет опережения (отставания) темпов роста производительности труда по сравнению с темпом роста средней заработной платы рассчитывается по формулам:

- снижение себестоимости C_y , %:

$$C_y = \left(\frac{J_z}{J_n} - 1 \right) \cdot Y_z; \quad (27)$$

- экономия (перерасход) \mathcal{E}_z , р.:

$$\mathcal{E}_z = \frac{C_{\tau} \cdot C_y}{100}, \quad (28)$$

где \mathcal{E}_z – абсолютная сумма снижения себестоимости продукции за счет опережающего роста производительности труда в сравнении с темпами роста средней заработной платы, р.;

C_t – себестоимость товарной продукции, р;

Y_z – удельный вес заработной платы в себестоимости продукции в базисном периоде, %;

J_z – индекс средней заработной платы одного работника в данном периоде в сравнении с базисным;

J_n – индекс производительности труда одного работника в данном периоде в сравнении с базисным уровнем.

Расчеты по анализу эффективности использования средств на оплату труда можно свести к следующим:

- 1) расчет абсолютного отклонения в величине оплаты труда;
- 2) расчет относительного отклонения в величине оплаты труда, показывающий влияние использования средств по элементу оплаты труда на себестоимость продукции (экономия или перерасход);
- 3) расчет относительного отклонения в оплате труда с учетом коэффициента переменных выплат (оценивающий режим экономии в оплате труда).

В качестве источников информации для анализа производительности труда используются данные статистической отчетности формы П-4 «Сведения о численности, заработной плате и движении работников», формы 5-з «Сведения о затратах на производство и реализацию продукции (работ, услуг)», формы П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», статистическая отчетность отдела кадров по движению рабочих, оперативная отчетность цехов, отделов, служб предприятия и другая отчетность, связанная с трудовыми ресурсами предприятия, производственных подразделений и служб в зависимости от поставленных исследователем целей и задач.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Соотношение показателя цены к полезному эффекту товара к аналогичным показателям других товаров дает представление об уровне его конкурентоспособности. Для товара быть конкурентоспособным – значит не только обладать способностью противостоять конкуренции других товаров, но и превосходить их по определенным параметрам.

В основе оценки уровня конкурентоспособности продукции лежит сравнение совокупности значений показателей качества и экономических показателей данной продукции с соответствующей совокупностью базовых значений этих показателей.

Набор параметров, определяющих конкурентоспособность изделия, относительно стабилен. В то же время в зависимости от сложившихся на рынке условий их значимость (весомость) меняется.

Номенклатура показателей качества промышленной продукции включает следующие показатели:

- назначения;
- экономного использования сырья, материалов, топлива и энергии (при эксплуатации продукции);
- надежности (безотказности, долговечности, ремонтпригодности, сохраняемости);
- технологичности (при изготовлении и эксплуатации изделия);
- транспортабельности;
- стандартизации и унификации;
- безопасности;
- патентно-правовые;
- эргономические;
- эстетические.

Номенклатура экономических показателей, применяемых при оценке уровня конкурентоспособности продукции, характеризуется структурой полных затрат потребителя, которая определяется специфическими особенностями продукции, условиями ее использования, а также традициями и условиями продажи на конкретном рынке.

Полные затраты потребителя в общем случае включают единовременные и эксплуатационные (текущие) затраты.

Единовременные затраты представляют собой затраты на приобретение продукции (цена продукции), таможенные расходы и сборы, а также затраты на упаковку, транспортирование, монтаж и наладку, если они не включены в цену продукции. В ряде случаев единовременные затраты включают расходы на сооружения, необходимость в которых обусловлена требованиями эксплуатации или потребления продукции.

Затраты на приобретение продукции определяются ценой, предусмотренной контрактами или другими договорно-правовыми документами.

Затраты на транспортировку продукции состоят из затрат на погрузку и разгрузку, доставку, расконсервацию и услуги, связанные с хранением и обслуживанием продукции при ее доставке.

Единовременные затраты в ряде случаев включают также расходы на монтаж и демонтаж продукции, наладку, пробный пуск и т. п.

Эксплуатационные (текущие) затраты включают затраты на оплату труда обслуживающего продукцию персонала; на топливо и энергию; на сырье, основные и вспомогательные материалы; на ремонты (средний и капитальный) и прочие статьи расходов, не распределенные по элементам; на приобретение дополнительной технической и эксплуатационной информации и документации, необходимой для эксплуатации и обучения персонала.

Затраты на оплату труда обслуживающего данную продукцию персонала определяются нормами и местными тарифными ставками в каждом конкретном случае.

Затраты на топливо и энергию включают стоимость потребляемого топлива и энергии согласно нормам и ценам, действующим в каждой отдельной стране, а также затраты на доставку, погрузку и разгрузку топлива и т. п.

Затраты на сырье, основные и вспомогательные материалы определяются согласно нормам их расхода для эксплуатации и потребления рассматриваемого вида продукции и ценам на указанное сырье и материалы для конкретного рынка.

Затраты на ремонт (средний и капитальный) и прочие статьи расходов для конкретного покупателя определяются исходя из условий эксплуатации изделия у этого покупателя. В случае отсутствия таких данных указанные затраты определяются с использованием нормативов и ставок, средних для отрасли, к которой относится потребитель продукции.

В качестве исходной информации при выборе номенклатуры показателей качества, экономических показателей и их значений следует использовать:

- стандарты системы показателей качества продукции;
- действующие международные, региональные, национальные стандарты и стандарты фирм, регламентирующие соответствующие показатели качества продукции;
- материалы иностранных фирм, содержащие требования, предъявляемые ими к импортируемой продукции, методам ее испытаний, хранения и т. п.;
- правительственные постановления, действующее законодательство, нормативные акты и технические регламенты страны-импортера, устанавливающие требования к ввозимой в страну продукции;
- результаты исследования конъюнктуры рынков;
- результаты сравнительных испытаний отечественной продукции и товаров-конкурентов, проводимых внешнеторговыми организациями;
- результаты испытаний опытных и выставочных образцов российскими организациями;
- опросы потребителей;

- результаты испытаний продукции, проводимых потребительскими союзами, фирмами-консультантами, университетами и т. д., их рекомендации;
- результаты и процедуры сертификации продукции на международных конкурсах, выставках, ярмарках;
- отзывы о российской продукции, полученные на международных выставках, ярмарках.

От выбора базового образца в значительной степени зависит результат оценки уровня конкурентоспособности продукции и принимаемые решения.

Выбор базовых образцов в общем случае включает:

- установление цели оценки уровня конкурентоспособности продукции и выбор предполагаемых рынков;
- анализ конъюнктуры рынка и определение продукции конкурентов на соответствующий период оценки уровня конкурентоспособности;
- выбор номенклатуры и установление значений показателей качества и экономических показателей оцениваемой и конкурирующей продукции.

При выборе конкурирующей продукции, значения показателей качества и экономических показателей которой используются как базовые значения для оценки уровня конкурентоспособности оцениваемой продукции, необходимо, чтобы:

- конкурирующая и оцениваемая продукция были аналогичны по назначению и условиям эксплуатации и ориентированы на одну группу потребителей. При отсутствии аналога, имеющего одинаковые с оцениваемым изделием значения классификационных показателей, допускается для сравнения выбирать конкурирующую продукцию, значения классификационных показателей которой отличаются от показателей оцениваемой продукции не более чем на 20%;
- изделие-конкурент отвечало цели оценки уровня конкурентоспособности;
- положение изделия-конкурента на рынке в момент оценки и тенденции его изменения на перспективу подтверждались достоверной информацией.

Продукция, используемая в качестве базового образца, должна выбираться с учетом сроков смены моделей на международном рынке.

В зависимости от целей оценки уровня конкурентоспособности продукции могут быть использованы дифференциальный, комплексный и смешанный методы [29, с. 323].

Дифференциальный метод оценки уровня конкурентоспособности основан на использовании единичных показателей качества и экономических показателей продукции.

При этом определяют, достигнут ли уровень базового образца в целом, по каким показателям он не достигнут, какие показатели наиболее сильно отличаются от базовых значений.

При дифференциальном методе рассчитывают относительные значения показателей по формулам:

$$q_i = \frac{R_i}{R_{i6}}, (i = 1, \dots, n), \quad (29)$$

$$q_i = \frac{R_{i6}}{R_i}, \quad (30)$$

где R_i – значение i -го показателя;

R_{i6} – базовое значение i -го показателя;

n – количество показателей.

Из формул (29), (30) выбирают ту, при которой увеличению относительного значения показателя отвечает повышение конкурентоспособности продукции. Например, относительное значение показателя для производительности изделий, их мощности вычисляется по формуле (29), а для удельного расхода топлива – по формуле (30).

Если базовыми значениями показателей являются значения, установленные нормативно-технической документацией, а также специальными условиями, заказами-нарядами, торговыми договорами, то относительные значения показателей должны быть больше или равны единице, так как только в этом случае уровень конкурентоспособности продукции можно признать удовлетворительным.

Комплексный метод оценки уровня конкурентоспособности продукции основан на применении комплексных (интегральных) показателей качества продукции.

Интегральным показателем качества промышленной продукции называется отношение суммарного полезного эффекта в натуральных единицах от эксплуатации или потребления продукции за оптимальный срок ее службы ($T_{сл}$) к суммарным затратам потребителя на приобретение, эксплуатацию или потребление продукции в условиях конкретного рынка (3).

Под полезным эффектом от эксплуатации или потребления промышленной продукции понимается выполняемая ею работа или отдача за оптимальный срок службы.

При определении полезного эффекта для конкретного вида продукции необходимо рассмотреть возможное влияние на его величину других показателей качества (эргономических, эстетических, экологических), с тем чтобы выявить функциональную зависимость полезного эффекта от этих показателей.

При наличии полной информации о затратах на приобретение и эксплуатацию или потребление продукции уровень ее конкурентоспособности определяется отношением интегральных показателей качества сравниваемых образцов:

$$K_{(i)} = \frac{J_{(i)}}{J_{6(i)}} = \frac{\Pi_{\Sigma}}{\Pi_{\Sigma 6}} \cdot \frac{З_6}{З}, \quad (31)$$

где $J_{(i)}$, $J_{6(i)}$ – интегральный показатель качества соответственно оцениваемого и базового образца;

Π_{Σ} , $\Pi_{\Sigma 6}$ – суммарный полезный эффект от эксплуатации или потребления соответственно оцениваемого и базового образца за срок службы;

$З$, $З_6$ – полные затраты на приобретение и эксплуатацию или потребление соответственно оцениваемого и базового образца.

Отношение полных затрат на приобретение и эксплуатацию или потребление сравниваемых образцов определяется по формуле

$$\frac{З}{З_6} = \frac{З_с + T \sum_{i=1}^n З_i}{З_{с6} + T_6 \cdot \sum_{i=1}^n З_{i6}}, \quad (32)$$

где $З_с$, $З_{с6}$ – единовременные затраты на приобретение соответственно оцениваемого и базового образца;

$\sum_{i=1}^n З_i$, $\sum_{i=1}^n З_{i6}$ – средние суммарные эксплуатационные затраты, относящиеся

к одному году службы соответственно оцениваемого и базового образца;

T , T_6 – сроки службы соответственно оцениваемого и базового образцов;

n – количество статей эксплуатационных затрат.

В формуле (32) не учитывается коэффициент приведения эксплуатационных затрат к расчетному году, так как отношение полных затрат в значительной степени компенсирует влияние коэффициента приведения на величину $K_{(i)}$ в формуле (31).

Если методы приведения эксплуатационных затрат отечественных и зарубежных образцов известны, то их следует учитывать в формуле (32).

При неполной информации об эксплуатационных затратах, особенно при сравнении отечественных и зарубежных образцов, следует применять относи-

тельный интегральный показатель по формуле, полученной путем преобразования формулы (32):

$$K'_{(i)} = \frac{\Pi'_\Sigma}{q_i \cdot m_{3,6} + T'(q_1 m_{1,6} + \dots + q_n m_{n,6})}, \quad (33)$$

где $\Pi'_\Sigma = \frac{\Pi_\Sigma}{\Pi_{\Sigma 6}}$ – отношение полезных эффектов от эксплуатации или потребления оцениваемого и базового образцов;

q_3 – отношение единовременных затрат потребителя на приобретение оцениваемого и базового образцов;

$m_{3,6}$ – доля затрат производителя на приобретение базового образца в полных затратах;

T' – отношение сроков службы оцениваемого и базового образцов;

$q_i = \frac{R_i}{R_{i6}}$ – относительное значение i -го показателя качества продукции

$(i=1, \dots, n)$;

m_{i6} – доля затрат, обусловленная i -м показателем качества базового образца, выраженного в стоимостных единицах, в полных затратах ($m_{3,6} + \dots + m_{n,6} = 1$);

R_i, R_{i6} – значение i -го показателя качества соответственно оцениваемого и базового образца, выраженное в натуральных единицах и характеризующее соответствующую составляющую полных затрат.

При $K_{(i)} > 1$ продукция конкурентоспособна.

При $K_{(i)} < 1$ продукция неконкурентоспособна на конкретном рынке.

В случае оценки уровня конкурентоспособности продукции на стадии разработки при отсутствии сведений о цене базового образца или об экспортной цене расчет показателя может быть проведен по минимальной цене (лимитной цене базового образца или лимитной цене, пересчитанной в соответствующей валюте по действующему курсу), которая указывается при согласовании технического задания.

Смешанный метод оценки уровня конкурентоспособности основан на совместном применении единичных и комплексных (интегральных) показателей. При смешанном методе оценки выполняют следующие действия:

- часть единичных показателей объединяют в группы и для каждой группы определяют соответствующий комплексный (групповой) показатель. Отдельные, как правило, важные показатели допускается не объединять в группы, а применять их в дальнейшем анализе как единичные;

- на основе получаемой совокупности комплексных и единичных показателей оценивают уровень конкурентоспособности продукции дифференциальным методом.

Оценка уровня конкурентоспособности продукции на внешнем (внутреннем) рынке проводится на основе сопоставления ее с базовыми образцами продукции конкурентов.

Сопоставление оцениваемой продукции осуществляется по таблице сравнения показателей качества и экономических показателей. В результате сравнения показателей дифференциальным, комплексным или смешанным методом дается одно из следующих заключений:

- продукция обладает высокой (или достаточно высокой) конкурентоспособностью;
- продукция обладает недостаточной конкурентоспособностью;
- продукция неконкурентоспособна.

Заключение дополняется выводами о преимуществах и недостатках оцениваемой продукции по сравнению с продукцией ведущих конкурентов и предложениями о мерах, необходимых для повышения ее конкурентоспособности, в качестве которых могут быть приняты решения об изменении:

- состава, структуры применяемых материалов (сырья, полуфабрикатов) или конструкции продукции;
- порядка проектирования продукции;
- технологий изготовления продукции, методов ее испытания, хранения, упаковки, транспортировки, контроля качества;
- цен на продукцию, стоимости ее технического обслуживания и ремонта с целью достижения необходимого уровня конкурентоспособности на рынке;
- порядка реализации продукции на рынке.

Примеры оценки уровня конкурентоспособности продукции приведены в прил. 1.

ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА И ПУТИ ИХ СНИЖЕНИЯ

Для анализа издержек производственно-хозяйственной деятельности используются основные отчетные данные раздела «Расходы по обычным видам деятельности (по элементам затрат)» приложения к бухгалтерскому балансу формы 5; статистические данные формы 5-з «Сведения о затратах на производство и реализацию продукции (работ, услуг)»; отчетные калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг) (форма 6); данные бухгалтерского учета: синтетические и аналитические счета, отражающие затраты материальных, трудовых

и денежных средств, соответствующие ведомости и в необходимых случаях первичные документы; плановые (сметные, нормативные) данные о затратах на производство и реализацию продукции и отдельных изделий (работ, услуг).

Анализ себестоимости продукции направлен на выявление эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов в процессе снабжения, производства и сбыта продукции. Изучение себестоимости продукции позволяет полнее оценить показатели рентабельности, достигнутые на предприятиях [3, с. 274]. Анализ себестоимости продукции можно провести в несколько этапов.

1. *Общая оценка выполнения плана себестоимости.* В формах статистической отчетности предприятий исчислен объем затрат по плановой и фактической себестоимости на производство и реализацию фактически выпущенной продукции, т. е. подсчитана плановая и фактическая себестоимость одного и того же (фактического) объема производства. Выявленные отклонения раскрывают уровень изменений самих затрат независимо от структурных и ассортиментных сдвигов в выпуске продукции (табл. 9). Три последние графы табл. 9 показывают сумму и долю отклонений от плана каждой позиции (долю отклонений по отношению к плановому уровню затрат по каждой статье калькуляции и долевое участие изменений затрат по данной статье в общем уровне снижения полной себестоимости товарной продукции).

Таблица 9

Себестоимость товарной продукции

Статья расходов	Вся фактически выпущенная продукция, млн р.		Отклонения от плана (+, -)		
	по плановой себестоимости	по фактической себестоимости	в абсолютном размере, млн р.	в процентах	
				к данному виду расходов	к итогу плановой полной себестоимости
1	2	3	4	5	6
1. Сырье и материалы 2. Возвратные расходы 3. Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций					

1	2	3	4	5	6
4. Топливо и энергия на технологические цели					
5. Основная заработная плата производственных рабочих					
6. Дополнительная заработная плата производственных рабочих					
7. Отчисления на социальные нужды					
8. Расходы на подготовку и освоение производства					
9. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования					
10. Общецеховые (общепроизводственные) расходы					
11. Общезаводские (общехозяйственные) расходы					
12. Потери от брака					
13. Прочие производственные расходы					
14. Возмещение износа спец. инструментов и прочие спец. расходы					
15. Производственная себестоимость товарной продукции					
16. Внепроизводственные (коммерческие) расходы					
17. Полная себестоимость товарной продукции					

Сопоставление фактических расходов с плановыми по каждой статье в отдельности позволяет выявить дополнительные резервы сокращения затрат. Основное внимание привлекают те статьи, по которым допущен перерасход.

Изучение себестоимости товарной продукции не должно ограничиваться исследованием отклонений по тем статьям, по которым фактический уровень расходов превышает уровень, намеченный в плане. Значительные резервы снижения себестоимости продукции могут быть скрыты по другим статьям калькуляции. Необходимо внимательно проанализировать отклонения по отдельным видам оплаты труда, расходов материальных ресурсов и т. д. Особое внимание следует обратить на выполнение плана по материальным затратам на 1 р.

товарной продукции. Для этого данные табл. 9 необходимо дополнить аналитическими данными табл. 10.

Таблица 10

Данные о себестоимости продукции

Показатель себестоимости	Фактически выпущенная товарная продукция, млн р.		Отклонения от плана (+, -)		
	по плановой себестоимости	по фактической себестоимости	в абсолютном размере, млн р.	в процентах	
				к данному виду расходов	к итогу плановой полной себестоимости
17. Полная себестоимость товарной продукции					
18. В том числе прямые затраты (стр. 17–стр. 9–стр. 10–стр. 11–стр. 13)					
19. Из них прямые материальные затраты (стр. 1–стр. 2+стр. 3+стр. 4)					
20. Расходы, не относящиеся к прямым затратам (стр. 9+стр. 10+стр. 11+стр. 13)					
21. Прямые затраты на 1 р. товарной продукции					
22. Из них прямые материальные затраты на 1 р. товарной продукции					
23. Полная себестоимость товарной продукции за вычетом стоимости сырья, топлива, энергии, материалов, полуфабрикатов, покупных изделий и услуг производственного характера сторонних организаций (стр. 17–стр. 19) – чистая продукция					

Для более глубокого анализа данные табл. 9 и 10 можно дополнить нормативными данными по каждой статье расходов. Тогда в таблицах появятся четыре дополнительные графы.

2. *Выполнение плана затрат на 1 р. товарной продукции.* Анализ показателя затрат на 1 р. товарной продукции направлен на то, чтобы раскрыть издержки производства и реализации разнородной продукции. Этот показатель определяется отношением полной себестоимости товарной продукции (валовые издержки) к объему товарной продукции в оптовых ценах предприятия. Затраты на 1 р. товарной продукции характеризуют и раскрывают связь себестоимости продукции и прибыли, получаемой от основного производства.

Затраты на 1 р. товарной продукции изменяются под влиянием следующих факторов:

- достигнутого снижения себестоимости изделий;
- отклонений от плановой структуры продукции (ассортиментных сдвигов в составе продукции) и других факторов экономии, не зависящих от работы предприятия (невыполнение мероприятий по развитию, совершенствованию производства, охране природной среды и др.);
- изменения цен на продукцию, в том числе за счет надбавок и скидок по качеству;
- изменения цен на материальные затраты, тарифов на энергию и грузовые перевозки.

Изменения затрат на 1 р. товарной продукции, вызванные действием различных факторов, оцениваются по-разному (табл. 11).

По данным табл. 11 проанализируем влияние различных факторов на общее отклонение затрат на 1 р. продукции от плана, которое определяется сравнением стр. 9 и 7.

Влияние структурных сдвигов в составе продукции определяется сравнением стр. 8 и 7.

Влияние изменения цен на продукцию определяется сравнением стр. 9 и 10.

Влияние сверхпланового режима экономии определяется сравнением стр. 10 и 8. Эта чистая экономия может быть достигнута работниками предприятия в результате бережного использования материальных ресурсов, техники и роста производительности труда.

Влияние изменения цен на сырье, материалы, тарифов на энергию и грузовые перевозки по сравнению с предусмотренными в плане анализируется по данным справок годового отчета.

Таблица 11

**Выполнение плана по снижению себестоимости товарной продукции
и затратам на 1 р. продукции**

Но- мер стро- ки	Наименование показателя	Значе- ние показа- теля за отчет- ный год
1	Себестоимость всей товарной продукции по плану, млн р. Себестоимость фактически выпущенной продукции, млн р.:	
2	по плановой себестоимости	
3	по фактической себестоимости	
	Товарная продукция в оптовых ценах предприятия, млн р.:	
4	по плану	
5	фактически в ценах, принятых в плане	
6	фактически в ценах, действовавших в отчетном году	
7	Затраты на 1 р. товарной продукции по плану, к. Затраты на 1 р. фактически выпущенной товарной продукции, к.:	
8	по плану, пересчитанному на фактический выпуск и ассортимент продукции (стр. 2 : стр. 5)	
9	фактически в ценах, действовавших в отчетном году (стр. 3 : стр. 6)	
10	фактически в ценах, принятых в плане [(стр. 3± изменения цен): стр. 5]	

При окончательной оценке выполнения плана по затратам на 1 р. товарной продукции исходят прежде всего из экономии, очищенной от влияния внешних и побочных факторов.

В отдельных случаях анализ факторов, определяющих уровень затрат на 1 р. продукции, следует углублять. Например, необходимо определить влияние таких факторов, как экономия от выпуска продукции с отступлениями от условий стандартов, рецептов, технических условий и технологической дисциплины; экономия или перерасход, вызванные нарушением государственной дисциплины, а также другими зависящими и не зависящими от предприятия, объединения причинами.

Динамика затрат на 1 р. товарной продукции анализируется на основе данных годового отчета, и составляется сводка, характеризующая динамику затрат по сравнению с предыдущим годом (табл. 12).

Таблица 12

**Динамика затрат на 1 р. товарной продукции в сопоставимых
с предыдущим годом ценах**

№ п/п	Наименование показателя	Динамика затрат
1	Затраты на 1 р. товарной продукции за предыдущий год, к.	
2	Затраты на 1 р. товарной продукции за отчетный год, к.	
3	Фактическое снижение затрат, $\%(100 - \text{стр. 2} : \text{стр. 1})$	

В рыночных условиях предприниматель, осуществляя свою деятельность, самостоятельно решает многие вопросы по закупке материала, сырья, полуфабрикатов, найму рабочих, выбору технологического процесса, организации производства и др. Принимаемые им решения можно объединить в две группы:

- каким образом наиболее эффективно организовать производство на имеющихся производственных мощностях;
- какие выбрать новые производственные мощности и технологические процессы при достигнутом уровне развития техники и технологии.

Время, в течение которого предприниматель решает вопросы первой группы, принято называть *краткосрочным периодом*, а второй – *долгосрочным периодом*.

В зависимости от периода, в котором находится предприятие, его деятельность принципиально различается. В краткосрочном периоде отдельные факторы производства не изменяются и являются *постоянными*. Это такие ресурсы, как здания, машины, оборудование, земля, услуги менеджеров и квалифицированных кадров. В долгосрочном периоде все вводимые факторы производства могут меняться и являются *переменными*, за исключением базовых технологий, которые остаются без изменений (на основе прогнозирования и предвидения фундаментальных перемен в техническом прогрессе в очень долгосрочном периоде могут меняться и базовые технологии) [41, с. 249].

В табл. 13 приведены данные об издержках предприятия (постоянных, переменных, предельных и средних).

Деятельность в краткосрочном периоде основывается на получении определенного объема продукции на имеющихся производственных мощностях при изменении только одного фактора производства. В долгосрочном периоде решение о выпуске того же или другого объема продукции принимается путем изменения всех вводимых факторов производства. Поэтому любое решение, принимаемое в долгосрочном периоде, должно быть направлено на минимизацию издержек [41, с. 254].

Таблица 13

Динамика издержек предприятия в краткосрочном периоде

Выпуск продукции, тыс. р.	Издержки				Средние издержки, тыс. р.		
	постоянные, млн р.	переменные, млн р.	валовые, млн р. (гр. 2+ +гр. 3)	предельные, тыс. р. [гр. 4 стр. <i>n</i> – –гр. 4 стр. (<i>n</i> –1)]	постоянные (гр. 2 / гр. 1)	переменные (гр. 3 / гр. 1)	валовые (гр. 4 / гр. 1)
1	2	3	4	5	6	7	8

П р и м е ч а н и е. Здесь *n* – номер строки в таблице.

3. Анализ выполнения плана по снижению себестоимости сравнимой товарной продукции*. Снижение себестоимости сравнимой товарной продукции устанавливается в процентах к среднегодовой себестоимости фактически выпущенной продукции по уровню предыдущего года. Анализ проводится на основе данных табл. 14.

Таблица 14

Полная себестоимость сравнимой товарной продукции

Наименование показателя	Значение показателя	
	по установленному плану	фактически за отчетный год
Среднегодовая себестоимость предыдущего года, млн р.		
Плановая себестоимость отчетного года, млн р.		
Фактическая себестоимость отчетного года, млн р.		
Плановое снижение, млн р.		
Плановое снижение, %		
Фактическое снижение, млн р.		
Фактическое снижение, %		

П р и м е ч а н и я:

1. Информация для заполнения графы «По установленному плану» берется из плана предприятия.
2. Данные для заполнения графы «Фактически за отчетный год» берутся из годового отчета.

* Сравнимая продукция (в статистике себестоимости и ее планировании) – продукция, которая на данном предприятии (в объединении) вырабатывалась в базисном периоде и вырабатывается в текущем.

4. Анализ себестоимости товарной продукции по элементам затрат и статьям расходов. Анализ целесообразно проводить в такой последовательности:

- Структура себестоимости. Согласно данным раздела «Расходы по обычным видам деятельности (по элементам затрат)» приложения к бухгалтерскому балансу (форма 5) годового отчета, необходимо рассчитать структуру себестоимости продукции по экономическим элементам, выявить изменения в структуре за анализируемый период. Расчеты сводятся в табл. 15.

Таблица 15

Структура себестоимости по элементам затрат

Элементы затрат	За предыдущий год		За отчетный год	
	сумма, млн р.	в процентах к итогу	сумма, млн р.	в процентах к итогу
Материальные затраты				
Затраты на оплату труда				
Отчисления на социальные нужды				
Амортизация основных средств				
Прочие затраты				
ИТОГО				

- Выполнение планов по себестоимости товарной продукции по статьям затрат. Анализ выполняется путем сравнения фактической суммы расходов с планом как в целом по итогу, так и по каждой статье в отдельности с определением суммы отклонения фактических расходов от плана. Такое сравнение позволяет определить отклонение от плана как в абсолютной сумме, так и в процентах, установить влияние изменений по каждой статье затрат на конечный результат выполнения плана, выявить имеющиеся у предприятия резервы дальнейшего снижения себестоимости. Анализ проводится по данным годового отчета, расчеты сводятся в табл. 16.

- Затраты на материалы. Анализ материальных затрат должен позволить определить, соблюдаются ли предприятием установленные нормы расхода материалов, являются ли эти нормы прогрессивными и технически обоснованными. Такой анализ проводится по сырью, основным и вспомогательным материалам, покупным изделиям и полуфабрикатам, топливу и энергии всех видов, используемых на технологические цели. Анализ проводится на основании данных годового отчета, плана хозяйственной деятельности (сводная калькуляция)

и первичной документации (калькуляции себестоимости единицы изделия). Данные для анализа изменения фактических затрат на материалы приводятся в табл. 17.

Таблица 16

Выполнение плана по себестоимости товарной продукции
в разрезе отдельных статей затрат, млн р.

Статья затрат	Выполнение плана		Экономия (–), перерасход (+)
	по плановой себестоимости отчетного года	по фактиче- ской себестои- мости отчетно- го года	
Сырье и материалы			
Возвратные отходы			
Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних организаций и предприятий			
Топливо и энергия на технологические цели			
Заработная плата производственных рабочих			
Заработная плата дополнительная производственных рабочих			
Отчисления на социальные нужды			
Расходы на подготовку и освоение производства			
Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования			
Общехозяйственные (общепроизводственные) расходы			
Общезаводские (общехозяйственные) расходы			
Потери от брака			
Прочие производственные расходы			
Производственная себестоимость			
Внепроизводственные (коммерческие) расходы			
Полная себестоимость			

Таблица 17

Данные для анализа изменения фактических затрат на материалы

Наименование материала	Расход материала, кг		Цена, тыс. р.		Стоимость израсходованного материала, тыс. р.			Отклонение (+ перерасход, - экономия)		
	План	Отчет	План	Отчет	План (гр. 2 · гр. 4)	Отчет (гр. 3 · гр. 5)	По плановой цене на фактический расход (гр. 3 · гр. 4)	всего (гр. 7 - гр. 8)	в том числе за счет изменения	удельного расхода материала
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A										

• Расходы на обслуживание и управление. К расходам на обслуживание и управление относятся общецеховые (общепроизводственные) и общезаводские (общехозяйственные) расходы. По этим расходам при анализе определяют отклонения сравнением фактических показателей отчетного года с плановыми и фактическими данными за предыдущий год. Данные для анализа расходов на обслуживание производства и управление сводятся в табл 18.

Таблица 18

Данные для анализа расходов на обслуживание производства и управление

№ п/п	Наименование показателя	Предыдущий год	Отчетный год		Отклонения (+, -)	
			План	Факт	от показателей предыдущего года (гр. 5 – гр. 3)	от плана (гр. 5 – гр. 4)
1	2	3	4	5	6	7
1	Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования, тыс. р.					
2	То же, % к товарной продукции					
3	Цеховые (общепроизводственные) расходы, тыс. р.					
4	То же, % к товарной продукции					
5	Общезаводские (общехозяйственные) расходы, тыс. р.					
6	То же, % к товарной продукции					
7	Расходы на обслуживание производства и управление всего, тыс. р.					
8	То же, % к товарной продукции					
9	Рост объема производства, %					

• Потери от брака. Для характеристики потерь от брака составляется табл. 19, которая заполняется согласно данным годового отчета.

Возможности снижения издержек производства выделяются и анализируются по двум направлениям: источникам и факторам.

Под *источниками* понимаются затраты, за счет экономии которых могут быть снижены издержки производства.

Таблица 19

Данные для анализа потерь от брака

№ п/п	Наименование показателя	Потери от брака	
		за прошлый год	за отчетный год
1	Стоимость окончательно забракованной продукции, тыс. р.		
2	Расходы на исправление брака, тыс. р.		
3	Стоимость брака по цене возможного использования, тыс. р.		
4	Сумма удержаний с лиц – виновников брака, тыс. р.		
5	Суммы, взысканные с поставщиков по претензиям за поставку недоброкачественных материалов, отнесенные в уменьшение потерь от брака, тыс. р.		
6	Потери от брака (стр. 1+стр. 2–стр. 3–стр. 4–стр. 5).		
7	В том числе расходы по гарантийному ремонту		
8	Стоимость отходов по цене исходного сырья		
9	Стоимость отходов по цене возможного использования		
10	Производственная себестоимость товарной продукции, тыс. р.		
11	Потери от брака, % к себестоимости товарной продукции		

Основными источниками снижения издержек производства и реализации продукции являются:

- снижение расхода сырья, материалов, топлива и энергии на единицу продукции;
- уменьшение размера амортизационных отчислений, приходящихся на единицу продукции;
- снижение расхода заработной платы на единицу продукции;
- сокращение административно-управленческих расходов;
- ликвидация непроизводительных расходов и потерь.

Факторы – это технико-экономические условия, под влиянием которых изменяются издержки. На экономию ресурсов оказывает влияние большое количество технико-экономических факторов. В экономической практике все они объединяются в две крупные группы: внутрипроизводственные и внепроизводственные.

К *внутрипроизводственным* относятся факторы, на которые предприятие может оказывать воздействие. К ним относятся совершенствование норм расхода материальных ресурсов, внедрение прогрессивной технологии, повышение уровня механизации и автоматизации производства, улучшение использования оборудования, трудовых ресурсов и др.

Внепроизводственные факторы – это те, на которые предприятие не может оказать влияние. К ним относятся рыночные цены на сырье, материалы и оборудование, ставки налогов и отчислений, включаемых в состав издержек предприятия, природные факторы и др.

При анализе и планировании снижения издержек производства наибольшее значение имеют следующие группы внутрипроизводственных факторов:

- повышение технического уровня производства;
- совершенствование организации производства и труда;
- изменение объема производства.

Процент снижения величины издержек за счет уменьшения материальных затрат и изменения цен на сырье и материалы может быть рассчитан по формуле

$$СИ_{\text{м}} = (1 - J_{\text{н}} \cdot J_{\text{ц}}) \cdot Y_{\text{м}}, \quad (34)$$

где $J_{\text{н}}$ – индекс изменения норм расхода сырья и материалов на единицу продукции;

$J_{\text{ц}}$ – индекс изменения цен на сырье и материалы;

$Y_{\text{м}}$ – удельный вес стоимости материальных затрат в издержках производства, %.

Снижение издержек за счет роста объема производства ($СИ_{\text{п.о}}$) определяется по формуле

$$СИ_{\text{п.о}} = \sum_{i=1}^n \left(1 - \frac{J_{\text{и}}}{J_{\text{о}}}\right) \cdot Y_{\text{и}}, \quad (35)$$

где $J_{\text{и}}$ – индекс изменения постоянных издержек i -го вида;

$J_{\text{о}}$ – индекс увеличения объема производства;

$Y_{\text{и}}$ – удельный вес постоянных издержек i -го вида в издержках предприятия в базисном периоде, %;

i – вид постоянных издержек (расходы по управлению, амортизационные отчисления и др.);

n – количество видов постоянных издержек.

Размер снижения издержек (в процентах) за счет роста производительности труда можно определить по следующей формуле [15, с. 223]:

$$СИ_{з.п} = \left(1 - \frac{J_{з.п}}{J_{п.т}}\right) \cdot Y_{з.п}, \quad (36)$$

где $J_{з.п}$ – индекс роста средней заработной платы;

$J_{п.т}$ – индекс роста производительности труда;

$Y_{з.п}$ – удельный вес заработной платы в издержках предприятия в базисном периоде, %.

Общая величина полных (чистых) потерь от брака при изготовлении продукции B_y определяется следующим образом:

$$B_y = (C_{бр} + C_{н.б} + C_{р.п}) - (C_{д} + C_{ш} + C_{*}), \quad (37)$$

где $C_{бр}$ – стоимость объема окончательно забракованных изделий, полуфабрикатов и т. д., тыс. р.;

$C_{н.б}$ – стоимость исправления брака, тыс. р.;

$C_{р.п}$ – сумма принятых претензий (рекламаций) потребителей за доставку недоброкачественной продукции, тыс. р.;

$C_{д}$ – стоимость забракованных изделий, использованных в производстве (в качестве лома, сырья), тыс. р.;

$C_{ш}$ – сумма, взысканная с поставщиков за поставку недоброкачественной продукции, сырья, материалов и т. д., тыс. р.;

C_{*} – сумма удержаний с виновных за выпуск брака, тыс. р.

Влияние любого i -го фактора на снижение себестоимости продукции может быть определено по формуле, %:

$$СИ_n = \frac{J_i \cdot Y_i}{100}. \quad (38)$$

Среднее снижение себестоимости по сумме всех факторов составляет

$$СИ_n = \frac{\sum J_i \cdot Y_i}{100}, \text{ или } СИ_n = \frac{\Sigma \cdot 100}{СИ_0}, \quad (39)$$

где J_i – изменение (снижение) затрат по i -й статье себестоимости продукции в данном периоде, %;

Y_i – удельный вес i -й статьи затрат в издержках производства базисного периода, %;

Э – общая сумма условно-годовой экономии, получаемой за счет внедрения всех организационно-технических мероприятий на планируемый период, тыс. р./год;

СИ₀ – издержки производства годового объема продукции в базисном периоде до проведения мероприятий, тыс. р.

АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ, ПУТИ ИХ ПОВЫШЕНИЯ

Основными источниками информации для проведения анализа прибыли и рентабельности служат следующие формы годовой отчетности: форма 1 «Бухгалтерский баланс»; форма 2 «Отчет о прибылях и убытках» и «Расшифровка отдельных прибылей и убытков»; форма 3 «Отчет об изменениях капитала»; форма 5-з «Сведения о затратах на производство и реализацию продукции (работ, услуг)»; данные текущего бухгалтерского учета по счету 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» и счету 99 «Прибыли и убытки».

Обобщенно наиболее важные показатели финансовых результатов деятельности предприятия представлены в форме 2 годовой и квартальной бухгалтерской отчетности. К ним относятся: прибыль (убыток) от продажи товаров, продукции, работ, услуг; доходы и расходы, связанные с внереализационными операциями; операционные доходы и расходы, связанные с движением имущества организации; балансовая (валовая) прибыль (прибыль (убыток) отчетного года); налог на прибыль и др.

Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия. Важнейшими среди них являются показатели прибыли, которая в условиях рыночной экономики составляет основу экономического развития предприятия. Рост прибыли создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения социальных и материальных проблем трудовых коллективов. За счет прибыли выполняется также часть обязательств предприятия перед бюджетом, банками, другими предприятиями и организациями. Таким образом, показатели прибыли становятся важнейшими для оценки производственной и финансовой деятельности предприятий. Они характеризуют степень его деловой активности и финансового благополучия. По прибыли определяется уровень отдачи авансированных средств и доходность вложений в активы данного предприятия.

Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия. Они из-

меряют доходность предприятия с различных позиций и группируются в соответствии с интересами участников экономического процесса, рыночного обмена. Показатели рентабельности – важные характеристики факторной среды формирования прибыли и дохода предприятий. По этой причине они являются обязательными элементами сравнительного анализа и оценки финансового состояния предприятия. При анализе производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

Конечный финансовый результат деятельности предприятия – это прибыль (убыток) отчетного периода (балансовая прибыль). Она представляет собой алгебраическую сумму результата от продажи, сальдо процентов к получению (уплате), доходов от участия в других организациях, сальдо доходов и расходов по прочим операциям, сальдо доходов и расходов от внереализационных операций. Формализованный расчет прибыли (балансовой) представлен ниже:

$$\Pi^6 = \Pi^n \pm \Pi^{np} + D^{dp.o} \pm \Pi^{n.o} \pm \Pi^{nn}, \quad (40)$$

где Π^6 – прибыль или убыток отчетного периода (балансовая прибыль или убыток);

Π^n – результат (прибыль или убыток) от продажи;

Π^{np} – сальдо процентов к получению (к уплате);

$\Pi^{dp.o}$ – доходы от участия в других организациях;

$\Pi^{n.o}$ – сальдо доходов и расходов по прочим операциям: прибыль (убыток) от продажи основных средств и прочего имущества;

Π^{nn} – сальдо доходов и расходов от внереализационных операций.

Результат (прибыль или убыток) от продажи определяется путем следующего расчета:

$$\Pi^n = B^n - C^n - \text{НДС} - H^a - K^p - Y^p, \quad (41)$$

где B^n – выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг;

C^n – себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг;

НДС – налог на добавленную стоимость;

H^a – акцизы и аналогичные обязательные платежи;

K^p – коммерческие (внепроизводственные) расходы;

Y^p – управленческие (общехозяйственные) расходы.

Для анализа и оценки уровня и динамики показателей прибыли и рентабельности деятельности предприятия составляется табл. 20, в которой используются данные отчетности предприятия из формы 2 [15, с. 257; 40, с. 257].

Таблица 20

**Анализ уровня и динамики показателей прибыли и рентабельности
деятельности предприятия**

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя		Процент к базис- ному значе- нию
		за прош- лый пе- риод	за отчет- ный пе- риод	
1	Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей), тыс. р.			
2	Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. р.			
3	Коммерческие расходы, тыс. р.			
4	Управленческие расходы, тыс. р.			
5	Прибыль (убыток) от продаж (стр. 1–стр. 2–стр. 3–стр. 4), тыс. р.			
6	Проценты к получению, тыс. р.			
7	Проценты к уплате, тыс. р.			
8	Доходы от участия в других организациях, тыс. р.			
9	Прочие операционные доходы, тыс. руб.			
10	Прочие операционные расходы, тыс. руб.			
11	Внереализационные доходы, тыс. р.			
12	Внереализационные расходы, тыс. р.			
13	Прибыль (убыток) до налогообложения (стр. 5+стр. 6–стр. 7+стр. 8+стр. 9–стр. 10+стр. 11–стр. 12), тыс. р.			
14	Отложенные налоговые активы, тыс. р.			
15	Отложенные налоговые обязательства, тыс. р.			
16	Текущий налог на прибыль, тыс. р.			
17	Чистая прибыль (убыток) отчетного периода (стр. 13+стр. 14–стр. 15–стр. 16), тыс. р.			
18	Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. р.			
19	Среднегодовые остатки материальных оборотных активов, тыс. р.			
20	Среднегодовая стоимость производственных активов (фондов) (стр. 18+стр. 19), тыс. р.			
21	Рентабельность продукции (стр. 5 : стр. 2)·100%			
22	Уровень рентабельности предприятия (совокупных активов) (стр. 17 : стр. 20)·100%			

Дальнейший анализ должен конкретизировать причины изменения прибыли от продажи продукции по каждому фактору.

Прибыль от продажи товарной продукции в общем случае находится под воздействием таких факторов, как изменение объема продаж; структуры продукции; отпускных цен на проданную продукцию; цен на сырье, материалы, топливо, тарифов на энергию и перевозки; уровня затрат материальных и трудовых ресурсов. Приведем методику формализованного расчета факторных влияний на прибыль от продажи продукции.

Расчет общего изменения прибыли от продажи продукции $\Delta\Pi_n$:

$$\Delta\Pi_n = \Pi_{ln} - \Pi_{0n}, \quad (42)$$

где Π_{ln} – прибыль от продаж отчетного года;

Π_{0n} – прибыль от продаж базисного года.

Расчет влияния на прибыль изменений отпускных цен на проданную продукцию ($\Delta\Pi_1^n$):

$$\Delta\Pi_1^n = B_1^n - B_{1,0}^n = \sum \Pi_1 \cdot q_1 - \sum \Pi_0 \cdot q_1, \quad (43)$$

где $B_1^n = \sum \Pi_1 \cdot q_1$ – выручка от продажи в отчетном году в ценах отчетного года (Π – цена изделия; q – количество изделий);

$B_{1,0}^n = \sum \Pi_0 \cdot q_1$ – выручка от продажи в отчетном году в ценах базисного года.

Расчет влияния на прибыль изменений в объеме продукции ($\Delta\Pi_2^n$) (собственно объема продукции в оценке по плановой (базовой) себестоимости):

$$\Delta\Pi_2^n = \Pi_0^n \cdot K_1 - \Pi_0^n = \Pi_0^n (K_1 - 1). \quad (44)$$

Здесь Π_0^n – прибыль от продажи базисного года;

K_1 – коэффициент роста объема проданной продукции,

$$K_1 = \frac{C_{1,0}}{C_0},$$

где $C_{1,0}$ – фактическая себестоимость реализованной продукции за отчетный период в ценах и тарифах базисного периода;

C_0 – себестоимость базисного периода.

Расчет влияния на прибыль изменений в объеме продукции, обусловленных изменениями в структуре продукции ($\Delta\Pi_3^n$):

$$\Delta\Pi_3^n = \Pi_0^n (K_2 - K_1). \quad (45)$$

Здесь K_2 – коэффициент роста объема продажи в оценке по отпускным ценам,

$$K_2 = \frac{B_{1,0}^n}{B_0^n}, \quad (46)$$

где $B_{1,0}^n$ – выручка от продажи в отчетном периоде по ценам базисного периода;

B_0^n – выручка от продажи в базисном периоде.

Расчет влияния на прибыль экономии от снижения себестоимости продукции ($\Delta\Pi_4^n$):

$$\Delta\Pi_4^n = C_{1,0} - C_1, \quad (47)$$

где $C_{1,0}$ – себестоимость проданной продукции отчетного периода в ценах и условиях базисного периода;

C_1 – фактическая себестоимость проданной продукции отчетного периода.

Расчет влияния на прибыль изменений себестоимости за счет структурных сдвигов в составе продукции ($\Delta\Pi_5^n$):

$$\Delta\Pi_5^n = C_0 \cdot K_2 - C_{1,0}. \quad (48)$$

С помощью отдельного расчета по данным бухгалтерского отчета определяется влияние на прибыль изменений цен на материалы и тарифов на услуги ($\Delta\Pi_6^n$), а также экономии, вызванной нарушениями хозяйственной дисциплины ($\Delta\Pi_7^n$).

Сумма факторных отклонений показывает общее изменение прибыли от продажи за отчетный период, что выражается следующей формулой:

$$\Delta\Pi^n = \Pi_1^n - \Pi_0^n = \Delta\Pi_1^n + \Delta\Pi_2^n + \Delta\Pi_3^n + \Delta\Pi_4^n + \Delta\Pi_5^n + \Delta\Pi_6^n + \Delta\Pi_7^n, \quad (49)$$

или

$$\Delta\Pi^n = \sum_{i=1}^7 \Delta\Pi_i^n, \quad (50)$$

где $\Delta\Pi^n$ – общее изменение прибыли от продажи;

$\Delta\Pi_i^n$ – изменение прибыли от продажи за счет i -го фактора.

В табл. 21 приводятся исходные данные факторного анализа прибыли от продажи.

Таблица 21

Анализ прибыли по факторам

Слагаемые прибыли	Прибыль по базису	Прибыль по базису на фактически проданную продукцию	Фактические данные по отчету	Фактические данные с корректировкой, вызванной изменением цен и пр.
Выручка от продажи продукции в отпускных ценах предприятия Полная себестоимость продукции Прибыль от продажи				

Результаты расчетов влияния отдельных факторов на прибыль от продажи продукции сводят в табл. 22.

Таблица 22

Результаты анализа прибыли от реализации по факторам

Наименование показателя	Сумма, тыс. р.
Отклонение прибыли всего В том числе за счет факторов: изменения цен на продукцию изменения цен на материалы и тарифов нарушений хозяйственной деятельности изменения объема продукции изменения структуры продукции изменения уровня затрат (режима экономии) изменения структуры затрат	

Рассмотрим две группы показателей рентабельности.

Первая группа показателей формируется на основе расчета уровней рентабельности по показателям прибыли, отражаемым в отчетности предприятия. Например:

$$\frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Объем продаж}} \rightarrow \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Объем продаж}} \rightarrow \frac{\text{Налогооблагаемая прибыль}}{\text{Объем продаж}} \rightarrow \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Объем продаж}}$$

Данные показатели характеризуют прибыльность продукции. С помощью методов факторного анализа определяется изменение рентабельности продукции за счет факторов изменения ее цены и себестоимости (материальных затрат).

Рентабельность продукции базисного периода будет равна

$$P_0 = \frac{\Pi_0^n}{B_0^n}; \quad P_1 = \frac{\Pi_1^n}{B_1^n}; \quad (51)$$

$$P_0 = \frac{B_0^n - C_0}{B_0^n}; \quad P_1 = \frac{B_1^n - C_1}{B_1^n}; \quad (52)$$

$$\Delta P = P_1 - P_2,$$

где Π_1^n, Π_0^n – прибыль от продажи отчетного и базисного периода соответственно;

B_1^n, B_0^n – выручка от продажи продукции (работ, услуг) соответственно;

C_1, C_0 – себестоимость продукции (работ, услуг) соответственно;

ΔP – изменение рентабельности за анализируемый период.

Влияние фактора изменения цены на продукцию можно определить с помощью расчета (по методу цепных подстановок):

$$\Delta P_{\text{ц}} = \frac{B_1^n - C_0}{B_1^n} - \frac{B_0^n - C_0}{B_1^n}. \quad (53)$$

Соответственно влияние фактора изменения себестоимости составит

$$\Delta P_{\text{с}} = \frac{B_1^n - C_1}{B_1^n} - \frac{B_1^n - C_0}{B_1^n}, \quad (54)$$

Сумма факторных отношений покажет общее изменение рентабельности за период:

$$\Delta P = \Delta P_{\text{ц}} + \Delta P_{\text{с}}. \quad (55)$$

Вторая группа показателей формируется на основе расчета уровней рентабельности в зависимости от изменения размера и характера авансированных средств: всех производственных активов предприятия; инвестированного капитала (собственные средства + долгосрочные обязательства); акционерного (собственного) капитала. Например:

$$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Все производственные активы}} \rightarrow \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Инвестированный капитал}} \rightarrow \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Акционерный (собственный) капитал}}$$

Несовпадение уровней рентабельности по этим показателям характеризует степень использования предприятием финансовых рычагов для повышения доходности: долгосрочных кредитов и других заемных средств.

Каждый из перечисленных показателей легко моделируется по факторным зависимостям. Рассмотрим следующую очевидную зависимость:

$$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Все производственные активы}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Объем продаж}} \cdot \frac{\text{Объем продаж}}{\text{Все производственные активы}}$$

Эта формула раскрывает связь между рентабельностью фондов (производственных активов), рентабельностью продаж и фондоотдачей (показателем оборота производственных фондов) и указывает пути повышения рентабельности: при низкой доходности продаж необходимо стремиться к ускорению оборота производственных активов.

При анализе рентабельности производственных фондов, исчисляемой как отношение прибыли к среднегодовой стоимости основных средств и остатков материальных оборотных активов (средств), методология факторного анализа предусматривает разложение исходной формулы показателя по всем качественным характеристикам интенсификации производства и повышения эффективности хозяйственной деятельности, формирующим уровень рентабельности.

Факторная модель анализа рентабельности фондов может быть представлена в следующем виде [35, с. 115]:

$$\frac{\Pi}{F + E} = \frac{\frac{\Pi}{B^n}}{\frac{F}{B^n} + \frac{E}{B^n}} = \frac{1 - \frac{C}{B^n}}{\frac{F}{B^n} + \frac{E}{B^n}} = \frac{1 - \left(\frac{ЗП}{B^n} + \frac{М}{B^n} + \frac{А}{B^n} \right)}{\frac{F}{B^n} + \frac{E}{B^n}}, \quad (56)$$

где $\frac{ЗП}{B^n}$ – зарплатоемкость продукции;

$\frac{М}{B^n}$ – материалоемкость продукции;

$\frac{А}{B^n}$ – амортизационноемкость продукции;

$\frac{F}{B^n}$ – фондоемкость продукции по основным производственным фондам (основному производственному капиталу);

$\frac{E}{B^n}$ – фондоемкость продукции по оборотным средствам (оборотному капиталу) (коэффициент закрепления оборотных средств);

F – средняя за период стоимость основного капитала (основных средств);

Π – прибыль (балансовая);

E – средние остатки материальных оборотных средств;

$\frac{\Pi}{B^n}$ – рентабельность продукции;

$\frac{C}{B^n}$ – затраты на 1 р. продукции по полной себестоимости.

Рентабельность фондов тем выше, чем выше прибыльность продукции, фондоемкость основных фондов и скорость оборота оборотных средств; чем ниже затраты на 1 р. продукции и удельные затраты по экономическим элементам (средства труда, материалы, труд). Числовая оценка влияния отдельных факторов на уровень рентабельности определяется по методу цепных подстановок или по интегральному методу оценки факторных влияний. Рассмотрим пример (табл. 23).

Таблица 23

Анализ уровня рентабельности

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя	
		за прошлый год	за отчетный год
1	Прибыль отчетного года, тыс. р.	33 263	72 527
2	Выручка от продажи продукции в ценах без НДС, тыс. р.	158 017	243 853
3	Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. р.	18 448	61 563
4	Среднегодовые остатки материальных оборотных средств, тыс. р.	6 050	17 582
5	Среднегодовая стоимость производственных фондов (стр. 3 + стр. 4), тыс. р.	24 498	79 145
6	Коэффициент фондоемкости продукции (стр. 3 : стр. 2), к.	11,67	25,24
7	Коэффициент закрепления оборотных средств (стр. 4 : стр. 2), к.	3,82	7,21
8	Прибыль на 1 р. проданной продукции (стр. 1 : стр. 2), к.	21,05	29,74
9	Уровень рентабельности предприятия (стр. 1 : стр. 5) · 100%	135,8	91,6

Уровень рентабельности за отчетный год составил 91,6%, а за прошлый год – 135,8%, т. е. рентабельность понизилась на 44,2 пункта.

Влияние различных факторов на изменение уровня рентабельности определяется методом цепных подстановок исходя из следующих расчетов:

1) увеличение доли прибыли на 1 р. проданной продукции привело к росту рентабельности на 56,1 пункта (191,9–135,8), где $191,9 = 29,74 : (11,67 + 3,82) \cdot 100\%$;

2) увеличение фондоемкости, т. е. уменьшение фондоотдачи основных производственных фондов, привело к снижению рентабельности на 89,6 пункта (102,3–191,9), где $102,3 = 29,74 : (25,24 + 3,82) \cdot 100\%$;

3) увеличение коэффициента закрепления материальных оборотных средств, т. е. замедление их оборачиваемости, привело к снижению рентабельности производства на 10,7 пункта (91,6–102,3).

Таким образом, общее снижение рентабельности по факторам составляет 44,2% (56,1–89,5–10,7), что соответствует общему изменению рентабельности производства по сравнению с данными за прошлый год.

Существует также третья группа показателей рентабельности, которая рассчитывается на базе чистого притока денежных средств. Например:

$$\frac{\text{Чистый приток денежных средств}}{\text{Объем продаж}} \rightarrow \frac{\text{Чистый приток денежных средств}}{\text{Совокупный капитал}} \rightarrow \frac{\text{Чистый приток денежных средств}}{\text{Собственный капитал}} \rightarrow \text{и т. д.}$$

Последние показатели дают представление о возможности предприятия выполнять обязательства перед кредиторами, заемщиками и акционерами наличными денежными средствами. Рентабельность, исчисляемая на основе притока денежной наличности, широко применяется в странах с развитой рыночной экономикой. Она предпочтительна, потому что операции с денежными потоками являются существенным признаком интенсивного типа производства, признаком «здоровья» экономики и финансового состояния предприятия. Использование этой концепции требует перестройки отчетности предприятий.

Факторные модели рентабельности раскрывают важнейшие причинно-следственные связи между показателями финансового состояния предприятия и финансовыми результатами. Поэтому они являются незаменимым инструментом оценки сложившейся ситуации.

Факторные модели рентабельности являются также управляемыми моделями прогнозирования финансовой устойчивости предприятия. Необходимость

предвидения ближайших и отдаленных перспектив развития является актуальной задачей для предприятий. Темпы роста производства зависят не только от спроса, рынков сбыта, мощностей предприятия, но и от состояния финансовых ресурсов, структуры капитала и других факторов.

ОБОСНОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

Главной целью обоснования инвестиционного проекта является разработка бизнес-плана создания и функционирования предприятия (фирмы) на основе составления основных его характеристик [9].

Рассмотрим основные разделы бизнес-плана.

1. Краткий обзор инвестиционного проекта

Этот раздел пишется после того, как составлен весь план. Он представляет собой рекламу проекта и должен содержать доказательства его выгодности, чтобы вызвать интерес у потенциального инвестора. Как правило, инвесторы хотят выяснить:

- в чем суть вашего проекта и какова его потенциальная эффективность;
- кто и как будет реализовывать проект (сведения о фирме);
- сколько денег вы попросите и каковы источники финансирования;
- как вы собираетесь возвращать деньги;
- какое обеспечение займа вы можете представить (гарантии возврата инвестиций).

С первых слов инвесторы должны убедиться в экономической эффективности и реализуемости проекта.

Основное требование к данному разделу – простота и лаконичность изложения, минимум специальных терминов. Объем не должен превышать двух–трех машинописных страниц.

Необходимо добиться запоминаемого резюме: в нем можно поместить рисунок или фотографию изделия, изображение или схему здания.

Данный раздел составляется на основе следующих разделов бизнес-плана: 4, 3, 5, 8, 2, 6, 7, 9.

Результаты краткого обзора инвестиционного проекта (резюме проекта) излагаются в виде формы 1 (прил. 2).

2. Описание предприятия и отрасли

Назначением данного раздела является анализ положения дел в отрасли. Необходимо подчеркнуть характер отрасли (развивающаяся, стабильная, стагнирующая).

Раздел должен убедить инвестора в надежности и перспективности предприятия, предлагающего проект. Он должен содержать следующую информацию:

- общие сведения о предприятии (когда, где и кем учреждено, численность работников, уставный капитал, основные и оборотные средства, взаимодействие с другими структурами и др.);
- история предприятия (динамика развития предприятия, его связи, важнейшие события и успехи);
- финансово-экономические показатели (объем производства и продаж, прибыль);
- местоположение и взаимосвязи (характеристика, достоинства и недостатки);
- структура управления;
- кадровый состав (квалификация и опыт работы команды управления и ведущих специалистов, требования к персоналу, уровню образования);
- направления деятельности и опыт (направления деятельности, достигнутые успехи, реализуемые и реализованные проекты);
- перспективы развития (направления);
- вклад в развитие региона, общественная и социальная активность (роль в экономике региона, участие в решении региональных проблем, спонсорство и благотворительность, участие в общественных объединениях, таких как Союз предпринимателей и т. п.).

При описании предприятия и отрасли используется форма 2 (см. прил. 2).

3. Описание проектируемой продукции (услуги)

Любой предпринимательский проект базируется на той продукции (услуге), которая будет предложена потребителю (покупателю) и принесет прибыль предпринимателю.

Основой основ предпринимательской деятельности является знание того, что получит покупатель за свои деньги, т. е. знание потребительских характеристик продукции (услуги) и ее преимуществ перед продукцией конкурентов.

Необходимо наглядное и убедительное представление товара или изделия (услуги), произведенных с помощью вашей технологии. Лучше всего, если это будет натуральный образец, его фотография, рисунок или же его описание, раскрытие идеи, замысла.

В бизнес-плане дается описание каждого вида продукции (услуги) отдельно.

Содержание информации о продукции:

- наименование продукции, товара, услуги;
- назначение и область применения, перспективность выпуска;
- возможность экспорта или импортозамещения;
- краткое описание и основные характеристики;

- конкурентоспособность (основные показатели, сильные стороны конкурентов);

- степень готовности (только идея, научно-техническая документация, макет);
- патентоспособность и авторские права;
- наличие и необходимость лицензии;
- наличие сертификата качества;
- безопасность и экологичность;
- условия поставки;
- упаковка;
- гарантии (гарантийный срок, виды гарантий);
- сервис (предпродажное, послепродажное обслуживание);
- эксплуатация (консультации, обучение);
- особенности налогов;
- наличие льгот.

При описании продукции (услуги) используется форма 3 (см. прил. 2).

4. План маркетинга и сбыта продукции

Информация данного раздела призвана убедить инвестора в существовании рынка сбыта для вашей продукции (услуги) и вашей способности ее продавать.

Маркетинг – это процесс:

- создания и удержания рынка, привлечения и удержания потребителей (покупателей) вашей продукции (услуги);
- выявления потребностей ваших клиентов и удовлетворения этих потребностей при обеспечении соответствующей прибыли для вашего дела.

4.1. Требования к потребительским свойствам продукции

Потребители (покупатели) характеризуются местом в цепочке реализации:

- оптовые покупатели покупают товар для его перепродажи партиями в розничную торговлю (крупный, средний и мелкий опт);
- розничные продавцы покупают товар для продажи его конечным потребителям;
- конечные потребители (предприятия или отдельные граждане) используют товар для удовлетворения своих потребностей.

Также среди потребителей (покупателей) различают:

- предприятия, которые имеют следующие характеристики: отрасль производства, местоположение, тип предприятия, его возраст, размер, численность работников, приоритеты руководства;
- население (отдельные граждане), которое обладает такими характеристиками, как возраст, пол, социальная группа, национальность, уровень доходов, жизненный стиль, хобби, мотивация покупок.

Среди потребительских характеристик товара можно выделить внешний вид (привлекательность), назначение, цену, прочность (срок службы), безопасность использования, удобство (комфортность). Конечно, для каждого товара, для каждой группы потребителей они имеют свою приоритетность.

Результаты определения требований потребителей к продукции (услуге) должны быть представлены по форме 4 (см. прил. 2).

4.2. Определение конкурентоспособности проекта

Информацию по данному подразделу можно собрать как косвенным путем, так и путем обращения к конкурентам с вопросами (конечно, они ответят не на все вопросы, особенно если почувствуют в вас конкурента).

Среди показателей, рассматриваемых при анализе конкурентоспособности, можно отметить такие, как качество продукции, ассортимент, реклама, доступность, сервис продажи, гарантии, обслуживание покупателей, уровень профессионализма продавцов. За основу рекомендуется принять требования покупателей к товару, мнения покупателей о конкурентах, уровень технологии, квалификацию персонала, финансовые возможности.

Результаты определения конкурентоспособности отражаются в форме 5 (см. прил. 2).

4.3. Определение рынка сбыта продукции (услуги)

В данном подразделе необходимо оценить:

- потенциальную емкость рынка;
- потенциальную сумму продаж;
- свою долю на рынке (долю объема продаж).

Подтверждением обоснованности и реальности рынка сбыта являются:

- материалы маркетингового исследования;
- протоколы о намерениях приобретения продукции;
- договоры на поставку продукции (оказание услуг).

При определении рынка сбыта продукции (услуги) используется форма 6 (см. прил. 2).

4.4. Определение цены продукции (услуги)

Именно цена продажи продукта (услуги) определяет в конечном счете величину прибыли и доходность проекта. Необходимо обеспечить взаимосвязь параметров «цена – качество – рентабельность».

Рекомендуется действовать следующим образом:

1. Определить связку «потребительская ценность – приемлемая цена». Например: товар массового спроса – низкая цена, престижный товар – высокая цена (рис. 1).



Рис. 1. Взаимосвязь цены и качества продукции

2. Определить, как на рынке осуществляется ценообразование, кто диктует цены (производитель или покупатель; если производитель, то кто и какова его ценовая политика в потенциале).

3. Определить цель, достижению которой должно способствовать ценообразование (например, захват рынка у конкурентов с помощью демпинговых цен, максимизация прибыли и др.).

4. Определить диапазон цен: минимально допустимая цена – максимально возможная цена (минимальную цену лучше всего определит бухгалтер на основе учета издержек, а максимальную – специалист по сбыту).

5. Обеспечить гибкость ценообразования, в том числе: сезонность, льготы, продажу в кредит и т. п.

Результаты определения цены (услуги) отражаются в форме 7 (см. прил. 2).

4.5. *Определение системы и каналов сбыта продукции*

Система, обеспечивающая поставку товара от места производства к месту продажи или потребления, в общем случае включает в себя:

- упаковку;
- складирование в месте производства;
- комплектование для отправки;
- транспортировку к месту продажи;
- сервис, оказываемый при продаже;
- продажу.

Продажа может быть осуществлена через:

- магазин розничной торговли;
- мелкооптовые базы или магазины;
- разъездную службу (агенты, коммивояжеры) и др.

Результаты определения системы и каналов сбыта продукции представляют по форме 8 (см. прил. 2).

4.6. Формирование стратегии продвижения

Это должна быть стратегия, обращенная к потребителю (покупателю) и основанная на принципах: «все во имя клиента», «клиент всегда прав». Данные принципы должны стать неотъемлемой частью деятельности предприятия, каждого его сотрудника.

Среди путей привлечения потребителей (покупателей, клиентов) можно выделить следующие:

- рекламная кампания через СМИ (газеты, радио, телевидение);
- бесплатное предоставление образцов для рекламы (спортсменам – спортивная одежда, актерам – одежда, прически и т. п., в местах большого скопления посетителей – оргтехника);
- рассылка рекламных сообщений потенциальным потребителям;
- установка рекламных щитов;
- распространение рекламных объявлений;
- участие в выставках;
- участие в конкурсах.

При реализации продукции необходимо разработать план рекламной кампании.

Рекомендации по формированию стратегии продвижения на рынок составляются по форме 9 (см. прил 2).

4.7. Определение ценовой политики

В данном подразделе по каждому продукту отдельно дается информация о ценах и тенденциях их изменения, условиях продажи товаров или оказания услуг, а также о других аспектах маркетинговой политики фирмы.

Разрабатывается индивидуальная стратегия реализации продукции и услуг. При разработке стратегии продаж следует особо учитывать временные факторы, такие как:

- время реализации продукта (услуги);
- время задержки платежа после поставки продукции;
- уровень оплаты продукта или услуги потребителем (по факту, авансовые продажи, с предоплатой или в кредит).

Для стимулирования спроса наряду с другими мерами необходимо использовать льготные условия оплаты, но в условиях инфляции это может оказаться слишком рискованным.

Периодичность выплат кредита указывается следующая: в конце срока, месяца, квартала или года.

Если некоторые товары или услуги облагаются какими-либо специальными налогами, ставка НДС для них отлична от указанной в разделе «Налоги». Следует отметить эти особенности.

Рекомендации по определению ценовой политики составляются по форме 10 (см. прил. 2).

5. Производственный план

5.1. Выбор местоположения предприятия и обеспечение земель

Местоположение предприятия во многих случаях является определяющим для успеха проекта. Руководствуются, как правило, объективными (климат, инфраструктура и т. д.) и субъективными (личные привязанности, имеющаяся земля и т. д.) факторами. Особое внимание следует уделять наличию транспортных связей (автомобильного, железнодорожного транспорта и др.), инженерных сетей (электроэнергия, вода, тепло, канализация, связь и др.), ресурсов и их поставщиков (комплектующие, сырье и материалы, кадры и др.), а также потребителей (рынок сбыта).

Рекомендации по выбору местоположения предприятия и обеспечению земель составляются по форме 11 (см. прил. 2).

5.2. Технология, качество и сертификация производства

Стабильность выпуска продукции, особенности выхода на зарубежный рынок сбыта зависят от уровня технологии производства, его сертификации, уровня квалификации и аттестации исполнителей.

Рекомендации по технологии, качеству и сертификации производства составляются по форме 12 (см. прил. 2).

5.3. Составление технологического цикла (циклограммы) производства и реализации продукции (услуги)

На эффективность проекта существенное влияние оказывает продолжительность технологического цикла производства и реализации продукции с момента начала изготовления до момента реализации потребителю (покупателю).

В общем случае технологический цикл состоит из следующих операций:

- заготовительные (подготовительные) работы;
- изготовление деталей, узлов;
- технологические перерывы (пролеживание);
- сборка;
- контроль качества;
- хранение;
- транспортировка;
- реализация.

Целью любого проекта является не изготовление продукции «на склад», а ее реализация – получение оплаты.

Во многих случаях собственно производство занимает менее 1/4–1/3 общей продолжительности технологического цикла производства и реализации продукции (услуг).

При составлении циклограммы производства и реализации продукции (услуг) используется форма 13 (см. прил. 2).

5.4. Определение потребности в производственных помещениях и площадях

Потребность в площадях определяется, как правило, после разработки технологического процесса производства продукции, товаров и услуг. В общем случае могут понадобиться следующие помещения:

- складские (теплые или холодные, открытые или закрытые);
- производственные (необходимо указать высоту потолка, проемы ворот, наличие грузоподъемных механизмов и др.);
- технологические (для насосов, вентиляторов, котельные и др.);
- офисные (для административного аппарата, инженерно-технических работников);
- гараж;
- вспомогательные (раздевалки и др.).

Обеспечение площадями и помещениями возможно за счет различных источников:

- имеющихся собственных или арендуемых площадей (необходимо указать срок аренды);
- реконструкции имеющихся помещений;
- строительства новых;
- приобретения готовых помещений;
- заключения договоров на аренду площадей;
- поиска партнеров с необходимыми площадями и помещениями.

Рекомендации по описанию потребностей в производственных помещениях и площадях составляются по форме 14 (см. прил. 2).

5.5. Определение необходимого оборудования, оснастки и инструмента

В этом подразделе указываются тип, марка оборудования, его основные характеристики, в том числе вес, необходимые площади для установки.

Основные пути обеспечения получения оборудования: приобретение, аренда, лизинг.

Условия приобретения: гарантии, ремонт, обслуживание, обеспечение запчастями, вспомогательными материалами и т. д.

Срок поставки оборудования указывается в месяцах с даты начала реализации проекта.

Рекомендации по определению необходимого оборудования, оснастки и инструмента составляются по форме 15 (см. прил. 2).

5.6. Определение потребности в комплектующих и материалах

Комплектующие и материалы используются собственные либо приобретаются у местных производителей, оптовиков (крупными партиями) или продавцов (небольшими партиями).

При выборе поставщиков особое внимание рекомендуется уделять экономичности (отпускная цена и транспортные расходы), надежности (постоянное наличие у поставщика), комплектности (максимальный ассортимент у одного поставщика), условиям оплаты (оплата наличными, предоплата, оплата в кредит или др.).

Рекомендации по определению потребностей в комплектующих и материалах составляются по форме 16 (см. прил. 2).

5.7. Кадровое обеспечение

В любом деле, а особенно в бизнесе «кадры решают все». Подчас деньги даются не столько под проект, сколько под команду. Поэтому желательно, чтобы ключевые фигуры были определены персонально.

Источниками пополнения кадрового корпуса могут быть:

- центры занятости населения;
- собственная база данных кандидатов на работу;
- различные коммерческие структуры по подбору кадров;
- рекламные объявления (приглашения на работу);
- объявления в прессе желающих найти работу;
- учебные заведения;
- ваши знакомые.

Центры занятости населения могут не только подобрать кандидатуры, но и провести их тестирование, оплатить обучение (переобучение), оказать финансовую поддержку.

Рекомендации по кадровому обеспечению проекта составляются по форме 17 (см. прил. 2).

5.8. Определение потребности в транспорте, связи, энергетическом и инженерном обеспечении

В ходе разработки предпринимательского проекта возникает необходимость определения потребности в транспортных средствах и источниках обеспечения, в том числе в грузовых и легковых автомашинах, железнодорожном, водном и воздушном транспорте.

Также для оперативного решения производственных, сбытовых и финансовых вопросов необходимо определить потребность в средствах связи, прежде всего в телефоне (радиотелефоне), факсе, пейджере, компьютерной связи.

Транспортные средства и средства связи могут быть как собственные, так и арендованные или используемые при необходимости (по разовым заявкам).

Значительное влияние на стоимость и сроки реализации проекта оказывает наличие необходимого энергетического и инженерного обеспечения, к которому относятся электроэнергия, вода, горячая вода, газ, отопление, сжатый воздух, канализация, очистные сооружения, ремонт и обслуживание оборудования, дороги, подъезды.

Рекомендации по определению потребности в транспорте, связи, энергетическом и инженерном обеспечении составляются по форме 18 (см. прил. 2).

5.9. Экологичность и безопасность производства

В настоящее время происходит постоянное ужесточение требований по обеспечению экологичности производства для окружающей среды и безопасности для работающих.

Непроработанность в проекте этих вопросов в лучшем случае вызовет большие расходы на штрафы и другие выплаты, а в худшем может привести к остановке (закрытию) предприятия.

Рекомендации по экологичности и безопасности производства составляются по форме 19 (см. прил. 2).

6. Организационный план

6.1. Подбор команды для реализации проекта

Инвесторы отдают предпочтение сформировавшейся команде руководителей и ключевых специалистов, особое внимание уделяют сочетанию у них технических, коммерческих и деловых навыков, их образованию и опыту работы, имеющимся достижениям.

Рекомендации по подбору команды для реализации проекта составляются по форме 20 (см. прил. 2).

6.2. Правовое обеспечение проекта

В данном подразделе указываются законодательные, нормативные и другие документы, имеющие правовую силу и отношение к данному проекту, в том числе:

- устав предприятия;
- учредительный договор;
- лицензия на право проведения работ;
- патенты (авторское право);
- сертификат качества продукции;

- сертификат уровня производства;
- международная, федеральная, региональная или местная программа;
- законодательные акты и другие решения органов власти;
- документы, отражающие особенности налогообложения;
- договоры, в том числе аренды, купли, продажи;
- гарантийные письма.

Рекомендации по правовому обеспечению проекта составляются по форме 21 (см. прил. 2).

6.3. Подбор партнеров по реализации проекта

Наиболее часто встречаются следующие партнеры по реализации проекта: маркетолог, юрист, инвестор, снабженец, производитель, рекламный агент, специалист по сбыту, продавец, специалист по сервису для покупателя.

Ненадежен партнер, который:

- неизвестен вам («темная лошадка»);
- показывает себя более компетентным, чем есть («очковтиратель»);
- не желает учитывать ваши интересы («эгоист»);
- изменяет свои решения («флюгер»);
- не держит слово («не джентльмен»);
- предъявляет необоснованные претензии («хапуга»);
- всегда все знает («верхогляд»).

Рекомендации по подбору партнеров по реализации проекта составляются по форме 22 (см. прил. 2).

6.4. Поддержка и льготы проекта

Успеху проекта и его привлекательности для партнеров и инвесторов способствует наличие поддержки и льгот. К их числу можно отнести:

- первоочередное выделение земли, помещений и др.;
- предоставление длительной аренды;
- налоговые льготы;
- протекционизм государства по отношению к отечественным производителям (ограничение импорта);
- экспортные льготы;
- льготные кредиты;
- возможности списания средств (кредитов) при решении определенных задач, выполнение условий;
- участие в финансировании проекта.

Рекомендации по описанию мер поддержки и льгот проекта составляются по форме 21 (см. прил. 2) аналогично правовому обеспечению.

6.5. Организационная структура реализации проекта

При формировании структуры управления необходимо учесть индивидуальные и групповые интересы всех участников проекта (в том числе партнеров), их опыт и традиции, социально-психологические особенности.

Большое значение имеет организация деятельности управленческой команды, распределение (баланс) и механизм реализации обязанностей, прав и ответственности, принципы взаимодействия, взаиморасчетов с предприятиями-партнерами.

Организационная структура и механизм ее функционирования должны способствовать:

- сотрудничеству участников реализации проекта в достижении поставленных целей с минимальными затратами;
- созданию условий для производства высококачественной и конкурентоспособной продукции;
- разработке, освоению и продвижению на рынок новых видов продукции.

Необходимо предусмотреть форму юридического обслуживания проекта, юридической защиты ваших интересов, а также привлечение необходимых консультантов.

6.6. График реализации проекта и характеристика активов

График реализации проекта – необходимая часть бизнес-плана, показывающая профессионализм управленческой команды и ее готовность к реализации проекта.

График реализации проекта позволяет контролировать важнейшие работы и ключевые события, предусматривать возможные сбои и уменьшать риски. Особое значение имеет объективно установленная продолжительность каждой работы, а также их взаимосвязь.

При наличии определенных связей между работами указываются различные условия их взаимодействия между собой:

- «финиш – старт» (FS): за окончанием одной работы сразу же или через установленный промежуток времени следует начало другой;
- «старт – старт» (SS): за началом одной работы сразу же или через определенный промежуток времени следует начало другой;
- «финиш – финиш» (FF): одна из работ должна заканчиваться одновременно с другой или через установленный промежуток времени после ее окончания.

Основой инвестиционного плана является установление соотношения параметров «этап», «объект», «тип актива», «способ учета затрат» (табл. 24).

Соотношение этапов проекта, объекта, типа актива и способа учета затрат

Этап проекта	Объект	Тип актива	Способ учета затрат
1. Разработка технического задания	Техническое задание	Другие активы	Период амортизации – 20 лет
2. Приобретение земли	Участок земли	Земля	Не амортизируется
3. Изготовление фундамента здания	Производственный корпус	Здание	Период амортизации – 50 лет
4. Строительство корпуса здания			
5. Подготовка производства продукта	Затраты по подготовке производства	Предоплаченные издержки	Затраты будущих периодов

Каждому этапу должен соответствовать всего один объект инвестирования, а каждый объект должен быть отнесен только к определенному типу актива. Объект может включать в себя несколько этапов проекта.

В системе предусмотрены следующие типы активов: земля, здания и сооружения, оборудование, другие нематериальные активы, предоплаченные расходы.

При составлении графика реализации проекта и характеристики активов используются формы 23, 24 (см. прил. 2).

7. Финансовый план

7.1. Нормативы для финансово-экономических расчетов

Все финансовые операции, проводимые на внутреннем рынке, включая поступления от реализации продукции и затраты на потребление на внутреннем рынке сырья, материалов и комплектующих изделий, привлечение акционерного или заемного капитала, а также оплату услуг рекомендуется осуществлять в рублях. Платежи по экспортно-импортным операциям, операции по привлечению капитала и займов в иностранной валюте будут осуществляться во второй валюте для внешнего рынка (доллары США или другая валюта).

При проведении расчетов в твердых ценах (все расчеты проводятся в долларах США) показатели эффективности проекта отличаются от расчетов, проведенных в реальных ценах, в несколько раз, а то и на порядок. Темпы падения роста курса валюты вы назначаете сами по годам проекта. В случае задержек платежей на внутреннем и внешних рынках вам необходимо их указать.

Основной особенностью проведения финансовой деятельности на территории России является существенное значение временного фактора, поскольку покупательная способность рубля быстро изменяется в условиях высокой инфляции.

Перечень налогов может устанавливаться в соответствии с действующей системой налогообложения. Например, налоги предприятий в 2003 г. составляли:

- налог на прибыль – 24%;
- налог на дивиденды (проценты) – 6% (15%);
- налог на добавленную стоимость – 20%;
- взносы в фонд социального страхования – 4%;
- взносы в фонд медицинского страхования – 3,6%;
- взносы в пенсионный фонд – 28%;
- налог на имущество – ежегодно 2%;
- сбор на нужды образовательных учреждений – 1%;
- транспортный налог – разный;
- плата за пользование водными объектами – разная;
- плата за загрязнение окружающей среды – разная;
- земельный налог – разный;
- целевой сбор на благоустройство территории – 1%;
- целевой сбор на содержание милиции – 1%;
- налог на операции с ценными бумагами – 0,5%;
- налог на рекламу – 5% (или определяется расчетным путем (прил. 3)).

Рекомендуется провести расчеты по следующим статьям, облагаемым налогом: прибыль (балансовая, валовая), активы (земля, здания, оборудование), оборот, экспорт, запасы, затраты, добавленная стоимость.

Темпы инфляции в настоящее время являются неоднородными, и поэтому желательно конкретно установить их для разных объектов инфляции:

- сбыт (изменение цен на продукцию или услуги);
- прямые издержки (изменение стоимости сырья, материалов и комплектующих изделий);
- общие издержки (изменение уровня затрат на оплату постоянных издержек);
- заработная плата (изменение уровня оплаты труда);
- недвижимость (изменение стоимости основных фондов предприятия);
- энергоносители (изменение стоимости энергии, топлива и т. п.).

Необходимо исходить не из среднестатистического по России уровня инфляции, а из конкретного в данном регионе. За базу следует принимать последние 0,5 года.

Финансово-экономические расчеты обычно производятся на первый год с периодом в один месяц, на следующий – с периодом в квартал, а затем по годам.

Программа «Project Expert» обеспечивает расчеты:

- по месяцам на первые три года;
- по кварталам на период до шести лет;
- далее по годам (на период до 30 лет).

Нормативы для финансово-экономических расчетов составляются по форме 25 (см. прил. 2).

7.2. Определение расходов на персонал

К издержкам на персонал можно отнести:

- затраты на управленческий персонал (директор, главный инженер, начальник производства, бухгалтеры и т. п.);
- затраты на производственный персонал (конструкторы, технологи, ремонтные рабочие и т. д.);
- затраты на персонал по маркетингу.

При определении расходов на персонал используется форма 26 (см. прил. 2).

7.3. Определение прямых расходов (переменных издержек) на производство продукции

К прямым издержкам относятся такие издержки, объем которых зависит от объема производства продукции. Расчет осуществляется по каждому продукту (товару, услуге) отдельно. Данные заносятся в таблицу, в которой указываются:

- материалы;
- комплектующие изделия;
- сдельная зарплата;
- другие прямые издержки.

Цена указывается в рублях, если материал приобретается на внутреннем рынке, или в долларах, если на внешнем.

Указывается один из следующих периодов (регулярность) выплаты зарплаты: декада, месяц, квартал, год, а также конкретный вариант выплаты НДС: стандартный, другой, без НДС.

В расчетах учитывается величина страхового и динамического запасов материалов:

- величина страхового запаса указывается в процентах от месячной потребности в материалах, его размер зависит от надежности поставщика;
- динамический запас указывается в количестве дней, на которое формируется запас ресурса, исходя из производственного цикла изготовления продукции, периодичности и сроков поставки.

Также отмечается характер использования запаса в производственном цикле: равномерно, в начале, в конце, в конкретный период (с __ по __ мес.).

По статье «Зарплата» указывается наименование производственной операции, выполняемой рабочим, получающим сдельную заработную плату в зависимости от объема производства.

На сдельную зарплату, как правило, при расчетах распространяются все налоговые отчисления, заданные в разделе «Налоги» (см. форму 25 прил. 2).

При необходимости устанавливается специальный режим налогообложения по каждой статье затрат: указывается в процентах величина налога, отнесенного к общим издержкам, а также выбирается регулярность выплат.

Без специального указания в расчетах учитывается стандартный НДС (см. форму 25 прил. 2). В случае необходимости указывается другая величина НДС или его отмена.

Рекомендации по определению прямых (переменных) расходов (издержек) на производство продукции составляются по форме 27 (см. прил. 2).

7.4. Определение постоянных расходов на производство продукции

В данном разделе указываются общие (постоянные) издержки (их также называют накладными расходами), которые могут быть отнесены к определенному периоду времени производственной деятельности предприятия, реализующего проект.

К общим (постоянным) издержкам можно отнести:

- затраты на управление (коммунальные услуги, почта, связь, факс, командировки и т. п.);
- затраты на производство (аренда помещений и оборудования, ремонт и обслуживание оборудования, топливо, электроэнергия, вспомогательные материалы и т. п.);
- затраты на маркетинг (реклама, мероприятия по продвижению продукции, ее сбыт, реализация и т. п.).

При необходимости, как и при расчете переменных расходов, устанавливается специальный режим налогообложения по каждой статье затрат: указывается в процентах величина налога, отнесенного к общим издержкам, а также выбирается регулярность выплат.

Без специального указания в расчетах учитывается стандартный НДС (см. форму 25 прил. 2). В случае необходимости указывается другая величина НДС или его отмена.

Рекомендации по определению постоянных расходов на производство продукции составляются по форме 28 (см. прил. 2).

7.5. Определение себестоимости продукции

Себестоимость продукции (услуги) может определяться одним из двух основных методов:

- составление калькуляции себестоимости по калькуляционным статьям затрат;
- расчет по формуле

$$\text{Себестоимость} = \frac{\text{Прямые (переменные) расходы} + \text{Постоянные (накладные) расходы}}{\text{Объем производства}}$$

Калькуляция в общем случае составляется по следующим калькуляционным статьям (с расшифровкой по каждой статье):

- сырье и материалы;
- покупные комплектующие изделия, полуфабрикаты и услуги кооперированных предприятий;
- возвратные отходы;
- топливо и энергия, используемые на технологические цели;
- зарплата основная;
- зарплата дополнительная;
- начисления на зарплату;
- общепроизводственные расходы;

ИТОГО: производственная себестоимость;

внепроизводственные (коммерческие) расходы.

ИТОГО: коммерческая себестоимость.

В графе «Наличие расшифровки затрат» по каждой статье указывается соответствующий раздел (подраздел) бизнес-плана, приложение к нему или другой документ.

Рекомендации по определению себестоимости продукции составляется по форме 29 (см. прил. 2).

7.6. Смета затрат на проект

В общем случае смета затрат на проект составляется по следующим статьям:

- приобретение оборудования;
- изготовление нестандартного оборудования;
- проектные работы;
- строительно-монтажные работы;
- обучение и переобучение персонала;

- материалы и комплектующие на производство;
- топливо и энергия на производственные нужды;
- аренда помещений;
- аренда оборудования;
- основная зарплата;
- дополнительная зарплата;
- начисления на зарплату;
- возврат займа;
- процент за кредит;
- общепроизводственные расходы;
- внепроизводственные расходы;
- прочие расходы;
- прибыль.

В графе «Наличие расшифровки затрат» по каждой статье указывается соответствующий раздел (подраздел) бизнес-плана, приложение к нему или другой документ.

Смета затрат на проект составляется по форме 30 (см. прил. 2).

7.7. Отчет о прибылях и убытках

Данный подраздел отражает операционную (производственную) деятельность предприятия и показывает ее эффективность (покрытие производственных затрат доходами от реализации производственной продукции или услуг), полученную прибыль.

Для составления отчета о прибылях и убытках требуются следующие данные:

- из плана продаж – сумма выручки от продажи продукции и услуг, потерь при продажах по годам (при этом в форме 32 (см. прил. 2) отражается суммарная величина объема продаж в стоимостном выражении);
- из плана издержек – сумма переменных издержек с учетом плана производства за расчетный период времени (месяц, квартал, год); сумма общих (операционных, торгово-административных) издержек за расчетный период (при этом необходимо помнить, что общие (постоянные) затраты включают в себя амортизационные отчисления и начисленные проценты по кредитам).

Отчет о прибылях и убытках составляется по форме 31 (см. прил. 2).

Анализ отчета о прибыли и убытках проводится по форме, приведенной в табл. 25.

Анализ отчета о прибыли и убытках

Наименование статей, на которые следует обратить особое внимание	Характеристика статей

7.8. Поток реальных денег (поток наличности)

Составление таблицы, отражающей поток реальных денег, является завершающей стадией финансовых расчетов по проекту. Таблица показывает обеспеченность финансовыми ресурсами процесса реализации проекта на каждом этапе.

Таблица «Поток реальных денег» является основным документом, предназначенным для определения потребности в капитале, выработки стратегии финансирования предприятия, а также для оценки эффективности его использования. Таблица состоит из трех частей, отражающих поток реальных денег :

- от операционной и производственной деятельности;
- инвестиционной деятельности;
- финансовой деятельности.

Все поступления и платежи отображаются в таблице «Поток реальных денег» в периоды времени, соответствующие фактическим датам осуществления этих платежей, с учетом времени задержки платежей за поставки материалов и комплектующих изделий, условий продажи продукции (в кредит, с авансовым платежом), а также условий формирования производственных запасов.

Остаток денежных средств на счете (баланс наличности) используется предприятием для обеспечения производственной деятельности последующих периодов, инвестиций, погашения займов, выплаты налогов и личного потребления персонала.

Если на каком-то этапе (шаге расчета) сальдо реальных денег становится отрицательным, это означает, что *проект в данном виде не может быть осуществлен независимо от значений интегральных показателей эффективности.*

Таблица «Поток реальных денег» составляется по форме 32 (см. прил. 2).

Анализ потока реальных денег проводится по форме, приведенной в табл. 26.

Анализ потока реальных денег

Возникшие вопросы	Возможные меры разрешения

7.9. Прогнозный баланс

Балансовая ведомость показывает, насколько устойчиво финансовое положение (платежеспособность и ликвидность) предприятия, реализующего проект, в конкретный момент времени.

Баланс состоит из двух частей: актива и пассива, суммарные значения которых всегда должны быть равны между собой. Актив представляет собой перечень того, что предприятие имеет в собственности. Пассив показывает, кому и сколько предприятие должно. Другими словами, равенство актива и пассива означает, что то, чем предприятие владеет, оно должно или его владельцам, или кредиторам.

Подраздел «Прогнозный баланс» составляется по форме 33 (см. прил. 2).

Анализ прогнозного баланса проводится по форме, приведенной в табл. 27.

Таблица 27

Анализ прогнозного баланса

Возникшие вопросы	Возможные меры разрешения

7.10. Источники финансирования и выплат

В данном подразделе отражаются источники, пути, размер, условия и сроки привлечения дополнительного недостающего капитала. Основными являются следующие пути:

- за счет наращивания собственного (акционерного) капитала, получаемого в качестве вклада инвестора;

- за счет заемного капитала (краткосрочных и долгосрочных кредитов), предоставляемого коммерческим банком в качестве кредита под определенный процент (пример определения срока возврата ссуды банку приводится в прил. 4).

Потребность в капитале определяется на основании расчетов потока реальных денег – прогноза состояния расчетного счета предприятия.

В данный подраздел рекомендуется внести результаты предварительных проработок возможностей привлечения капитала как за счет наращивания собственного капитала (предполагаемые акционеры, их возможности и интересы, пути и методы привлечения), так и за счет заемного капитала (предполагаемые банки-кредиторы, их условия).

Принятие конкретного решения осуществляется по результатам расчета потока реальных денег.

При отсрочке выплаты процентов по кредитам и использовании режима капитализации сумма процентов по кредиту, которая должна быть выплачена за весь срок действия кредитного соглашения, будет пересчитана на указанный пользователем период выплат по сложным процентам.

При составлении данного подраздела используется форма 34 (см. прил. 2).

Анализ источников финансирования проводится по форме, приведенной в табл. 28.

Таблица 28

Анализ источников финансирования

Возникшие вопросы	Возможные меры разрешения

8. Направленность и эффективность проекта

8.1. Направленность проекта

Данный подраздел является ключевым для поиска партнеров и инвесторов, характеризуя направленность и значимость (масштабность) проекта, его экономическую эффективность.

Чем больше направлений получения эффекта от реализации проекта выявит предприниматель, тем больше будет потенциальных партнеров и инвесто-

ров, разнообразных источников финансирования. Можно выделить, например, следующие направления:

- экспорт;
- импортозамещение;
- экология;
- создание новых рабочих мест;
- сохранение имеющихся рабочих мест;
- товары (услуги) для слаботзащищенных слоев населения;
- образовательные услуги;
- занятость молодежи.

Рекомендации по определению направленности проекта составляется по форме 35 (см. прил. 2).

8.2. *Значимость (масштабность) проекта*

Содержание данного подраздела позволяет интегрировать интересы и ресурсы органов власти разных уровней, предпринимательских структур различных масштабов деятельности, существенно повысить привлекательность проекта, уверенность инвесторов в его успешной реализации.

Под значимостью (масштабностью) проекта понимается его значение:

- для места реализации (района, города);
- региона (области, республики);
- субрегиона (части Российской Федерации);
- России;
- отдельных (или группы) зарубежных стран;
- международного сообщества.

Рекомендации по определению значимости (масштабности) проекта составляются по форме 36 (см. прил. 2).

8.3. *Расчет эффективности реализации проекта*

Расчет эффективности инвестиционных проектов в международной практике осуществляется на основе таблицы «Поток реальных денег» (см. форму 32 прил. 2).

Основными интегральными показателями эффективности инвестиционных проектов являются:

- срок окупаемости проекта (PBP);
- индекс прибыльности (PI);
- чистый приведенный доход (NPV);
- внутренняя норма рентабельности (IRR).

Срок окупаемости проекта (PBP) (период окупаемости) – время, за которое поступления от производственной деятельности предприятия покроют за-

траты на инвестиции. Рассчитывается в месяцах при условии выполнения равенства

$$\frac{\text{Сумма дисконтированных поступлений}}{\text{Сумма дисконтированных выплат}} = 0.$$

Обычно срок окупаемости измеряется в годах.

Индекс прибыльности PI (индекс доходности, или коэффициент чистого дисконтированного дохода) для эффективных проектов не должен быть меньше единицы. Рассчитывается по формуле

$$PI = \frac{\text{Дисконтированная сумма поступлений}}{\text{Дисконтированная сумма выплат}}.$$

Чистый приведенный доход NPV (чистый дисконтированный доход) – приведенная стоимость будущих прибылей или денежных потоков, дисконтированных с помощью соответствующей процентной ставки за вычетом приведенной стоимости инвестиционных затрат. Рассчитывается по формуле

$$NPV = \frac{\text{Сумма дисконтированных поступлений}}{\text{Сумма дисконтированных выплат}}.$$

Внутренняя норма рентабельности IRR (внутренняя норма доходности, предельная эффективность капиталовложений, процентная норма прибыли, дисконтированный поток реальных денег или финансовая норма прибыли) – норма дисконта, для которой дисконтная стоимость чистых поступлений от проекта равна дисконтированной стоимости инвестиций, т. е. $NPV = 0$. У привлекательного проекта IRR должна превышать действующие ставки банковских кредитов.

Дисконт – сумма, удержанная банком или специализированным кредитным учреждением.

Норма дисконта – минимальная норма прибыли, ниже которой инвестиции не выгодны для предпринимателя. Величина нормы дисконта является прерогативой инвестора. Стандартная норма дисконта для российских условий в твердой валюте (например, доллар США) составляет 15%.

Дисконтирование – приведение разновременных экономических показателей к какому-либо одному моменту времени (точке приведения).

Сумма поступлений включает в себя:

- поступления от сбыта продукции;
- поступления от других видов деятельности;
- поступления от реализации активов;
- доходы по банковским вкладам.

Сумма выплат включает в себя:

- прямые производственные издержки;
- затраты на сдельную заработную плату;
- выплаты на другие виды деятельности;
- общие издержки;
- налоги;
- затраты на приобретение активов;
- другие издержки подготовительного периода;
- выплаты процентов по займам;
- банковские вклады.

Дополнительные показатели эффективности, характеризующие рентабельность, оборачиваемость и ликвидность проекта, рассчитываются с помощью программы «Project Expert».

8.4. Анализ чувствительности проекта

Целью анализа является определение степени влияния варьируемых факторов на финансовый результат проекта. Наиболее распространенный метод, используемый для проведения анализа чувствительности, – имитационное моделирование. В качестве интегральных показателей, характеризующих финансовый результат проекта, используются рассмотренные ранее показатели эффективности инвестиций, такие как:

- внутренняя норма рентабельности;
- срок окупаемости проекта;
- чистая приведенная стоимость;
- индекс прибыльности.

В процессе анализа чувствительности значение одного из выбранных факторов варьируется в определенном диапазоне при фиксированных значениях остальных и определяется зависимость интегральных показателей эффективности от этих изменений.

В классическом случае в качестве варьируемых факторов принимаются следующие:

- показатели инфляции;
- физический объем продаж как следствие емкости рынка, доли предприятия на рынке, потенциала роста рыночного спроса;
- торговая цена и тенденции ее изменений;
- переменные издержки и тенденции их изменений;
- постоянные издержки и тенденции их изменений;
- требуемый объем инвестиций;

- стоимость привлекаемого капитала в зависимости от условий и источников его формирования.

В системе «Project Expert» автоматически проводится анализ чувствительности инвестиционного проекта посредством варьирования (в диапазоне от – 50 до + 50% с шагом 5%) следующих параметров:

- объем продаж;
- цена реализации продукции (услуг);
- прямые производственные издержки;
- постоянные (общие) издержки;
- ставки дисконтирования (0–120%).

Эффективная имитационная модель денежных потоков, лежащая в основе системы «Project Expert», позволяет пользователю провести анализ чувствительности по любому параметру, определенному как важнейший для данного проекта. Пример анализа чувствительности проекта приведен в табл. 29 и на рис. 2.

Таблица 29

Чувствительность проекта

Показатель	Значения NPV для различных отклонений параметров				
Параметры	– 50%	– 45%	– 40%	– 35%	– 30%
Цена сбыта	–9220887	–7519206	–5817525	–4382324	–3383583
Объем сбыта	–1416494	–1013958	–611422	–208887	193649
Прямые издержки	8570917	7974712	7378507	6782301	6186096
Общие издержки	3612243	3511905	3411567	3311229	3210891
Инвестиции	4057288	3912446	3767603	3622761	4377918

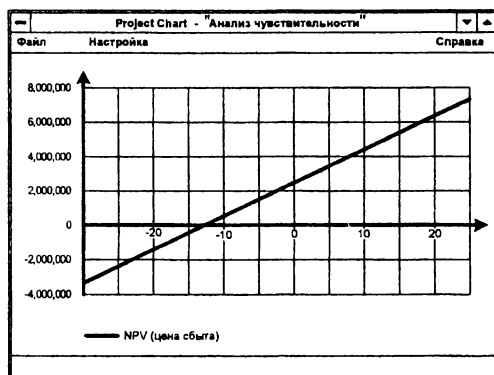


Рис. 2. Анализ чувствительности проекта

9. Риски и гарантии

9.1. Риски предприятия и меры их предупреждения

Причинами возникновения риска являются непредвиденные политические события, болезни и смерть; небрежность, нечестность, безответственность, некомпетентность; превышение расхода ресурсов; непредусмотренное повышение налоговых ставок; непроработанность проекта; неполнота или неточность информации о динамике технико-экономических показателей, параметрах новой техники и технологии; колебания рыночной конъюнктуры, цен, валютных курсов и т. п.; аварии и отказы оборудования, производственный брак и т. п.; неопределенность целей, интересов и поведения участников; неполнота или неточность информации о финансовом положении и деловой репутации участников реализации проекта (возможность неплатежей, банкротств, срывов договорных обязательств).

При реализации бизнес-плана возможны следующие виды потерь:

- **материальные** (дополнительные, ранее не предусмотренные затраты или потери, утрата материальных объектов в виде зданий, оборудования, имущества, продукции, материалов и т. д.);
- **трудовые** (потери рабочего времени, вызванные непредвиденными обстоятельствами);
- **финансовые** (перерасход денег, выплата штрафов, уплата дополнительных налогов и сборов, утрата денежных средств и ценных бумаг, недополучение или неполучение средств из запланированных источников из-за долгов, неплатежей, уменьшение выручки в результате снижения цен, а также в связи с инфляцией, изменением курса рубля);
- **потери времени** (запаздывание по срокам выполнения работ и в конечном итоге срыв намеченных сроков реализации проекта);
- **прочие** (нанесение ущерба здоровью и жизни населения, окружающей среде, престижу предприятия и т. д.).

К мерам предупреждения потерь следует отнести повышение квалификации исполнителей, вложение средств в производство необходимых ресурсов, уменьшение использования специализированных и уникальных ресурсов и др.

По уровню финансовых потерь выделяют три группы проектных рисков.

Допустимый риск (потери не превышают расчетную прибыль) ведет к снижению прибыльности проекта.

При критическом риске (возможные потери превышают расчетную прибыль) предприниматель несет ощутимые потери.

При катастрофическом риске (возможные потери превышают финансовые и имущественные возможности предпринимателя) он разоряется.

Рекомендации по определению рисков предприятия составляются по форме 37 (см. прил. 2).

9.2. Определение форс-мажорных обстоятельств

Форс-мажорные обстоятельства – внешние обстоятельства (неопределенности и инвестиционные риски), не зависящие от предпринимателя. К их числу можно отнести:

- риск, связанный с нестабильностью экономического законодательства и текущей экономической ситуации, условий инвестирования и использования прибыли;
- внешнеэкономический риск (возможность введения ограничений на торговлю и поставки, закрытие границ и т. п.);
- неопределенность политической ситуации, риск неблагоприятных социально-политических изменений в стране или регионе;
- неопределенность природно-климатических условий, возможность стихийных бедствий.

Рекомендации по определению форс-мажорных обстоятельств составляются по форме 38 (см. прил. 2).

9.3. Гарантии партнерам и инвесторам

Формы гарантий партнерам и инвесторам могут быть предложены самые разнообразные. Среди них выделим следующие:

- гарантии федеральных, региональных или местных органов власти;
- страхование;
- залог активов (недвижимость, ценные бумаги и т. д.);
- банковские гарантии;
- передача прав;
- товарные гарантии (готовой продукцией).

По каждой форме гарантий возможна различная степень готовности к реализации:

- предварительная переписка с гарантом;
- протокол о намерениях;
- гарантийное письмо;
- договор;
- активы, предполагаемые к залогоу, оцененные по рыночной цене.

Рекомендации по определению гарантий партнерам и инвесторам составляются по форме 39 (см. прил. 2).

БИЗНЕС-ПЛАН ОЗДОРОВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

План финансового оздоровления (бизнес-план) направлен на восстановление платежеспособности и поддержание эффективной деятельности предприятия с учетом предоставления государственной финансовой поддержки для проведения санационных мероприятий. Исходными данными для его разработки служат проектные, плановые, учетные, нормативные, отчетные материалы, а также результаты разовых обследований, положений и инструкций.

Рассмотрим основные разделы бизнес-плана оздоровления финансового состояния предприятия [24].

1. Общая характеристика предприятия

В данном разделе указываются: полное и сокращенное наименование предприятия; дата регистрации предприятия и наименование органа, зарегистрировавшего его; почтовый и юридический адрес предприятия; его подчиненность, вид деятельности (основной); организационно-правовая форма; форма собственности: доля государства (субъекта Федерации) в капитале, %; банковские реквизиты: номер расчетного счета, МФО, наименование, корреспондентский счет в РКЦ (ГУ) ЦБ РФ, почтовый и юридический адрес банка, обслуживающего данное предприятие; наименование и адрес налоговой инспекции, контролирующей предприятие; организационная структура предприятия с указанием наименований всех структурных подразделений и дочерних компаний (в виде схемы); сведения о должностных лицах предприятия (от руководителя предприятия до руководителя структурного подразделения включительно): Ф. И. О., номер телефона, факса, возраст (в годах), образование и квалификация с указанием учреждения, выдавшего диплом, предыдущие три должности и места работы, срок работы в каждой должности, срок работы на данном предприятии.

2. Краткие сведения по плану финансового оздоровления

В данном разделе указываются: срок реализации плана в месяцах; общая сумма необходимых предприятию финансовых средств с выделением требуемой государственной финансовой помощи; срок погашения государственной финансовой помощи в месяцах и дата окончательного ее погашения; финансовые результаты реализации плана (чистая текущая стоимость, внутренняя норма рентабельности, дисконтный (динамический) срок окупаемости проекта): срок погашения просроченной кредиторской задолженности, меры по увеличе-

нию активов предприятия, восстановлению его платежеспособности, поддержанию эффективной хозяйственной деятельности; наименование агента правительства, через которого будет осуществляться государственное финансирование санационных мероприятий, а также его реквизиты (номер расчетного счета, МФО, корреспондентский счет в РКЦ (ГУ) ЦБ РФ, почтовый и юридический адрес).

3. Анализ финансового состояния предприятия

3.1. Характеристика учетной политики предприятия

Данный подраздел содержит характеристику учетной политики (методики) отражения отдельных хозяйственных операций предприятия и оценки имущества, приведенной в соответствии с новым Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации и инструкции по его применению, утвержденными приказом Министерства финансов РФ от 31 октября 2000 г. № 94н, формами бухгалтерской отчетности, приведенными в приказе Министерства финансов РФ от 22 июля 2003 г. № 67н, и в соответствии с Указаниями о порядке составления и предоставления бухгалтерской отчетности, утвержденными этим же приказом, с учетом дополнений и изменений, касающихся способов ведения бухгалтерского учета (способы погашения стоимости основных средств, нематериальных и иных активов, оценка производственных запасов, товаров, незавершенного производства и готовой продукции). Особое внимание уделяется методам исчисления амортизации основных средств, определения выручки. Изменение учетной политики по сравнению с предыдущим годом должно быть объяснено.

3.2. Сводная таблица финансовых показателей, анализ, выводы

Данный подраздел содержит сводную таблицу финансовых показателей предприятия, прилагаемую к плану финансового оздоровления (форма 1 прил. 5), анализ финансово-хозяйственной деятельности и выводы о причинах, приведших предприятие к неплатежеспособности.

В сводной таблице финансовые показатели приводятся за три года, существовавших наступлению неплатежеспособности предприятия. Финансовые показатели сгруппированы в следующем порядке:

- коэффициенты ликвидности;
- коэффициенты устойчивости;
- коэффициенты деловой активности;
- коэффициенты прибыльности.

Коэффициенты ликвидности:

• Коэффициент текущей ликвидности, или коэффициент покрытия. Равен отношению стоимости всех оборотных (мобильных) средств предприятия к величине краткосрочных обязательств:

$$K_{т.л} = \frac{IIA}{ВП}, \quad (57)$$

где IIA – итог разд. II актива баланса (стр. 290 формы 1);

ВП – итог разд. V пассива баланса (стр. 690 формы 1 за вычетом стр. 640, 650).

Коэффициент текущей ликвидности характеризует ожидаемую платежеспособность предприятия на период, равный средней продолжительности одного оборота всех оборотных средств. Нормальным считается ограничение $K_{т.л} \geq 2$ [40, с. 252].

• Коэффициент абсолютной ликвидности. Равен отношению величины наиболее ликвидных активов к сумме краткосрочных обязательств:

$$K_{а.л} = \frac{IIA \text{ (стр. 250 + стр. 260)}}{ВП}, \quad (58)$$

где IIA (стр. 250+стр. 260) – разд. II актива баланса;

ВП – итог разд. V пассива баланса за вычетом стр. 640, 650.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить в ближайшее время. Нормальное ограничение данного показателя $K_{а.л} \geq 0,2 - 0,7$ [30, с. 114; 40, с. 252]. Он характеризует платежеспособность предприятия на дату составления баланса.

• Запасы / Чистые оборотные средства,

где запасы – стр. 210 разд. II актива баланса за вычетом расходов будущих периодов;

чистые оборотные средства – разность между суммой итога разд. II актива баланса и краткосрочной кредиторской задолженностью (стр. 620 разд. V пассива баланса).

• Текущая задолженность / Запасы,

где текущая задолженность – краткосрочная кредиторская задолженность.

Различные показатели ликвидности не только дают разностороннюю характеристику устойчивости финансового состояния предприятия при разной степени учета ликвидных средств, но и отвечают интересам различных внешних пользователей аналитической информации. Так, для поставщиков сырья и материалов наиболее интересен коэффициент абсолютной ликвидности. По-

купатели и держатели акций и облигаций предприятия в большей мере оценивают финансовую устойчивость предприятия по коэффициенту текущей ликвидности.

Коэффициенты устойчивости:

- Общая задолженность / Итог по активам,
где общая задолженность – сумма краткосрочной и долгосрочной кредиторской задолженности (сумма стр. 590, 690 пассива баланса);
итог по активам – сумма стр. 190, 290 актива баланса.
- Текущая задолженность / Итог по активам (стр. 300 формы 1 баланса).
- Общая задолженность / Остаточная стоимость основных средств (стр. 120 разд. I актива баланса).
- Текущая задолженность / Остаточная стоимость основных средств.
- Коэффициент обеспеченности собственными средствами. Равен отношению величины собственных оборотных средств к стоимости запасов и затрат предприятия:

$$K_{o.c.c} = \frac{IIIП - IA}{IIA}, \quad (59)$$

где IIIП – итог разд. III пассива баланса (стр. 490);

IA – итог разд. I актива баланса (стр. 190);

IIA – итог разд. II актива баланса (стр. 290).

Нормальное ограничение данного показателя, получаемое на основе стратегических усреднений данных хозяйственной практики, составляет $K_{o.c.c} \geq 0,1$. Приказом Министерства экономики России № 118 от 1 октября 1997 г. $K_{o.c.c}$ установлен в пределах 0,1 – 0,5. Чем выше показатель, тем лучше финансовое состояние предприятия и больше возможностей для проведения независимой финансовой политики.

• Соотношение заемных и собственных средств. Определяется следующим образом:

$$\text{Соотношение заемных и собственных средств} = \frac{\text{Краткосрочные обязательства (стр. 690)}}{\text{Собственный капитал (стр. 490)}}.$$

Соотношение заемных и собственных средств показывает, сколько заемных средств привлекло предприятие на 1 р. вложенных в активы собственных средств. Значение соотношения должно быть менее 0,7. Если показатель больше, то это означает зависимость предприятия от внешних источников средств и потерю финансовой устойчивости (автономности).

- Коэффициент маневренности собственных оборотных средств. Равен отношению собственных оборотных средств к собственному капиталу предприятия:

$$K_m = \frac{\text{ППП} - \text{IA (стр. 490 - стр. 190)}}{\text{ППП (стр. 490)}}.$$

Коэффициент маневренности характеризует способность предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала и пополнять оборотные средства в случае необходимости за счет собственных источников. Приказом Министерства экономики России № 118 от 1 октября 1997 г. данный показатель установлен в пределах 0,2–0,5. Чем показатель ближе к верхней границе значений, тем у предприятия больше возможностей финансового маневра.

Коэффициенты деловой активности:

- Коэффициент общей оборачиваемости капитала

$$K_{1A} = \frac{N}{B_{cp}}, \quad (60)$$

где N – выручка от продажи продукции (работ, услуг) (форма 2 «Отчет о прибылях и убытках»);

B_{cp} – средний за период итог баланса.

Данный показатель отражает скорость оборота (количество оборотов за период) всего капитала предприятия. Рост K_{1A} означает ускорение кругооборота средств предприятия или инфляционный рост цен (в случае снижения коэффициента оборачиваемости мобильных средств или коэффициента оборачиваемости материальных оборотных средств).

- Коэффициент оборачиваемости готовой продукции

$$K_{2A} = \frac{N}{Z_{r,cp}}, \quad (61)$$

где $Z_{r,cp}$ – средняя за период величина готовой продукции (счет 43).

K_{2A} показывает скорость оборота готовой продукции. Рост K_{2A} означает увеличение спроса на продукцию предприятия, снижение – затоваривание готовой продукции в связи с уменьшением спроса.

- Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности

$$K_{3A} = \frac{N}{\Gamma_{A\text{ ср}}}, \quad (62)$$

где $\Gamma_{A\text{ ср}}$ – средняя за период дебиторская задолженность.

Данный коэффициент показывает расширение или снижение коммерческого кредита, предоставляемого предприятием. Если он рассчитывается по выручке от продажи, формируемой по мере оплаты счетов, рост K_{3A} означает сокращение продаж в кредит. Снижение K_{3A} в этом случае свидетельствует об увеличении объема предоставляемого кредита.

- Средний срок оборота дебиторской задолженности

$$K_{4A} = \frac{365}{K_{3A}}. \quad (63)$$

Данный показатель характеризует средний срок погашения дебиторской задолженности. Положительно оценивается снижение K_{4A} , и наоборот.

- Коэффициент оборачиваемости общей задолженности

$$K_{5A} = \frac{N}{\Gamma_{\text{ср}}}, \quad (64)$$

где $\Gamma_{\text{ср}}$ – средняя за период общая задолженность (стр. 590+стр. 690 баланса).

K_{5A} (по аналогии с K_{3A}) показывает расширение или снижение коммерческого кредита, предоставляемого предприятию. Рост K_{5A} означает увеличение скорости оплаты задолженности предприятия, снижение – рост покупок в кредит.

- Средний срок оборота общей задолженности

$$K_{6A} = \frac{365}{K_{5A}}. \quad (65)$$

Данный коэффициент отражает средний срок возврата долгов предприятия (за исключением обязательств перед банком и по прочим займам).

- Коэффициент оборачиваемости собственных средств (собственного капитала)

$$K_{7A} = \frac{N}{I_{\text{ср}}}, \quad (66)$$

где $I_{\text{ср}}$ – средняя за период величина источников собственных средств предприятия по балансу.

Коэффициент показывает скорость оборота собственного капитала, что для акционерных обществ означает активность средств, которыми рискуют акционеры. Резкий рост K_{7A} отражает повышение уровня продаж, которое должно в значительной степени обеспечиваться кредитами и, следовательно, снижать долю собственников в общем капитале предприятия. Существенное снижение K_{7A} отражает тенденцию к бездействию части собственных средств.

Коэффициенты прибыльности:

- Норма прибыли до налогообложения. Рассчитывается следующим образом:

$$\text{Норма прибыли до налогообложения} = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Выручка от продаж}},$$

где прибыль до налогообложения – форма 2 «Отчет о прибылях и убытках»; выручка от продаж – форма 2 «Отчет о прибылях и убытках» (выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей).

- Чистая норма прибыли. Определяется как отношение чистой прибыли к выручке от продаж:

$$\text{Чистая норма прибыли} = \frac{\text{Чистая прибыль (форма 2)}}{\text{Выручка от продаж}}.$$

- Общий доход на активы. Рассчитывается следующим образом:

$$\text{Общий доход на активы} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Итого по активам (стр. 300 формы 1)}}.$$

- Доход на остаточную стоимость основных средств. Определяется как отношение прибыли после уплаты налогов (чистая прибыль) к остаточной стоимости основных средств.

4. Мероприятия по восстановлению платежеспособности и поддержанию эффективной хозяйственной деятельности

Данный раздел содержит таблицу с перечнем мероприятий по восстановлению платежеспособности и поддержанию эффективной хозяйственной деятельности предприятия (форма 2 прил. 5), являющуюся приложением к плану финансового оздоровления, анализ предлагаемых мероприятий и выводы об их эффективности. В таблице приводятся сроки осуществления меро-

приятый и показывается внутренний финансовый резерв предприятия, получаемый в результате их проведения, который может быть направлен на восстановление платежеспособности.

В качестве мероприятий, способствующих восстановлению платежеспособности и поддержанию эффективной хозяйственной деятельности предприятия, рекомендуется использовать следующие:

- смена руководящего звена предприятия;
- инвентаризация предприятия;
- оптимизация дебиторской задолженности;
- снижение издержек производства;
- продажа дочерних фирм и долей в капитале других предприятий;
- продажа незавершенного строительства;
- оптимизация количества персонала и обеспечение социальных льгот для уволенных;
- продажа излишнего оборудования, материалов и складированных готовых изделий;
- конверсия долгов путем преобразования краткосрочных задолженностей в долгосрочные ссуды или долгосрочные ипотеки;
- прогрессивные технологии, механизация, автоматизация производства;
- совершенствование организации труда;
- капитальный ремонт, модернизация основных фондов, замена устаревшего оборудования, приобретение дополнительных основных фондов.

5. Рынок и конкуренция

5.1. Описание отрасли и перспективы ее развития (с указанием основных групп потребителей)

Этот подраздел содержит сведения об отрасли, в которой работает предприятие (история развития, современное положение, перспективы развития). В описании отрасли обязательно указываются группы потребителей (население, промышленные предприятия, сельскохозяйственные предприятия и т. п.) и их доля в процентном выражении.

5.2. Рынки, на которые нацелен бизнес

Здесь дается характеристика основных и вспомогательных рынков и их сегментов, на которых работает предприятие (их размеры, важнейшие тенденции и ожидаемые изменения). Указываются средства коммуникации, ориентиры для цен и валовой прибыли, цикл покупок.

5.2.1. Отличительные характеристики основных рынков и их сегментов. Характеристика рынков и их сегментов содержит информацию о наименовании рынка и его сегментов (например, рынок электронной аппаратуры; сегменты: видеомагни-

тофоны, переносные кассетные магнитофоны и т. д.), сведения о предприятиях-производителях, работающих на данном рынке, о количестве потребителей, об объемах, приходящихся на отдельных потребителей, о географической концентрации потребителей, о спросе на продукцию и его изменениях. Кроме того, сообщается о емкости рынка. Емкость рынка – это максимально возможный объем сбыта данной продукции (объем товаров, продаваемых в течение года).

5.2.2. Размеры основных рынков. Размер рынка (сфера обмена) – это территория, на которой происходит обмен интересующей нас продукции. Если сфера обмена охватывает территорию области, края, города, то это местный товарный рынок. Также выделяют рынок страны, мировой рынок.

5.2.3. Проникновение на рынок. Описание проникновения на рынок включает в себя информацию о принципах такого проникновения и о состоянии предприятия на данном рынке (устойчивое, неустойчивое).

5.2.4. Ориентиры для цен и прибыли. При описании цен и валовой прибыли предприятие указывает как цены, существующие на рынке данной продукции (услуги), так и предполагаемую цену на свою продукцию. Следует учитывать, что цена товара оказывает значительное влияние на объем продаж и величину поступлений от продаж.

В бизнес-плане финансового оздоровления следует проводить анализ ценообразования товара, используя при этом планируемый объем продаж таким образом, чтобы можно было определить доход от продаж. Данный анализ должен учитывать различные альтернативные варианты.

В любом случае более гибким подходом является установление такой цены на новый товар, которая приносила бы предприятию умеренный доход и не привлекала бы к производству новых участников, а не установление высоких цен, что, конечно, приносит более высокие прибыли, но и привлекает новых конкурентов. Необходимо также учитывать возможную реакцию потребителей.

5.2.5. Средства коммуникации. В качестве средств коммуникации могут быть названы пресса, печатная и наружная реклама, конкурсы, посылочная торговля и т. д. Более подробная характеристика средств коммуникации приведена в п. 6.1.

5.2.6. Цикл покупок потенциальных потребителей. Описание цикла покупок продукции потенциальными потребителями включает в себя информацию об интервале между покупками, а также о периодах максимального и минимального объемов продаж.

5.2.7. Важнейшие тенденции и ожидаемые изменения на основных рынках.

5.2.8. Второстепенные рынки и их основные характеристики.

5.3. Конкуренция

Данный подраздел содержит таблицу со сведениями о хозяйствующих субъектах, участвующих на том же рынке, что и предприятие, претендующее на государственную финансовую поддержку (форма 3 прил. 5), которая является приложением к плану финансового оздоровления; анализ вышеназванных сведений; вывод о типе рынка данной продукции.

Выделяют четыре типа рынков:

- рынок чистой конкуренции;
- рынок монополистической конкуренции;
- олигополистический рынок;
- рынок чистой монополии.

5.4. Законодательные ограничения

Данный подраздел содержит информацию о законодательных ограничениях:

- по проникновению на рынок (налоговые, таможенные запреты, необходимость наличия лицензии и т. п.);
- установлению цены на продукцию (государственное регулирование ценнообразования).

6. Деятельность в сфере маркетинга предприятия

6.1. Стратегия маркетинга

В данном подразделе описывается стратегия маркетинга, заключающаяся в приведении возможностей предприятия в соответствие с ситуацией на рынке. В связи с этим предприятие подробно характеризует:

- стратегию проникновения на рынок;
- стратегию своего роста;
- каналы распределения продукции;
- коммуникации.

6.1.1. Стратегия проникновения на рынок. Предприятие описывает последовательность своих действий по проникновению на новый рынок, введению нового товара на старый рынок, проникновению с товаром рыночной новизны в новые сегменты рынка.

6.1.2. Стратегия роста. Описание стратегии роста (стратегии развития) предприятие осуществляет в соответствии со следующей схемой (рис. 3).

6.1.3. Каналы распределения. Предприятие, описывая стратегию маркетинга, дает характеристику каналов распределения. Канал распределения – совокупность предприятий и отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу на их пути от производителя к потребителю. Члены канала распределения (производитель, посредники) выполняют ряд функций: исследователь-

скую работу, стимулирование сбыта, установление контактов, приспособление товара под требования покупателей, проведение переговоров, организацию товародвижения, финансирование, принятие на себя риска (ответственности). Предприятие в плане финансового оздоровления сообщает, кто выполняет функции, с указанием их реквизитов и сбытовой сети (склады, магазины, их местонахождение и емкость), а также приводит схемы каналов распределения наподобие представленных ниже (рис. 4).

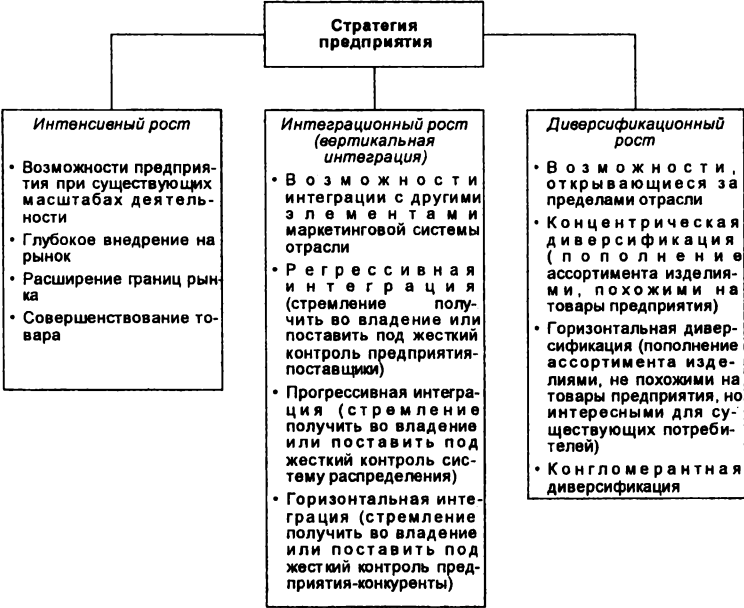


Рис. 3. Стратегия развития предприятия

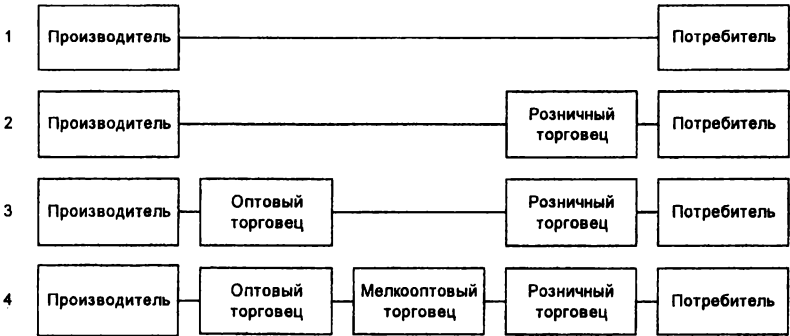


Рис. 4. Схемы каналов распределения

6.1.4. Коммуникации. В данном подразделе описывается система маркетинговых коммуникаций, т. е. комплекс мер по воздействию предприятия на покупателя. Система маркетинговых коммуникаций включает в себя следующую совокупность элементов:

- реклама;
- стимулирование сбыта;
- прямой маркетинг;
- паблик рилейшнз;
- решения, принимаемые службой маркетинга.

При описании такого элемента системы маркетинговых коммуникаций, как реклама, предприятие указывает тип и средства распространения применяемой рекламы.

При характеристике системы стимулирования сбыта предприятие описывает используемые им средства стимулирующего воздействия на покупателей, продавцов и посредников. Стимулирование сбыта наиболее эффективно, когда на рынке много конкурирующих товаров с примерно равными потребительскими свойствами; нужно защищать позиции предприятия на рынке при переходе товара в стадию зрелости; товар впервые вводится на рынок; товар продается методом самообслуживания или почтовой торговли.

После методов стимулирования сбыта описывается прямой маркетинг. При прямом маркетинге предприятие (его сотрудники) принимает непосредственное участие в распространении нужной ему информации, в осуществлении других необходимых действий. К прямому маркетингу относят прямую рекламу (лично вручаемые рекламные материалы и прямая почтовая реклама). Прямой маркетинг наиболее эффективен тогда, когда предприятие небольшое и его возможности по осуществлению полного комплекса маркетинговых коммуникаций ограничены; покупатели сконцентрированы на одной территории, требуется демонстрация товара в действии; стоимость единицы продукции высока; товар невозможно сбыть никаким другим путем; товар приобретается через равномерные промежутки времени; товар требует индивидуальной подготовки к требованиям заказчика; товар входит в группу, которая обменивается на новые товары при сдаче старых и внесении соответствующей доплаты.

В плане финансового оздоровления обязательно описывается паблик рилейшнз, основной задачей которого является создание и сохранение имиджа предприятия. Эта задача решается путем проведения пропаганды, использования редакционного, а не платного места и (или) времени во всех средствах рас-

пространения информации, организации интервью с руководителями предприятия, проведения дней открытых дверей, пресс-конференций, издания фирменной литературы, опубликования годовых отчетов предприятия, лоббизма.

В заключительной части характеристики коммуникаций приводится описание решений, принимаемых службой маркетинга. Все решения службы маркетинга, воздействующие на внешнюю среду предприятия, можно разделить на две группы:

- открытые, которые доводятся до сведения клиентов. Это могут быть решения относительно товарной, целевой, сбытовой политики, целей маркетинга и предприятия;

- закрытые, которые также принимаются службой маркетинга, но некоторое время не доводятся до сведения клиентов (например, решения о выпуске нового товара, изменении цены изделия, стратегии маркетинга и т. п.).

6.2. Стратегия осуществления продаж

Данный подраздел включает характеристику и анализ каналов сбыта, а также таблицу, содержащую информацию об объемах сбыта продукции по каждому каналу (форма 4 прил. 5), прилагаемую к плану финансового оздоровления предприятия.

Под сбытом в данном случае понимается непосредственное общение продавца и покупателя. Описание каналов сбыта производится аналогично описанию каналов распределения (см. п. 6.1).

В таблице (см. форму 4 прил. 5) объемы сбыта продукции приводятся за один год, предшествующий наступлению неплатежеспособности предприятия.

6.3. Продукты и услуги

В данном подразделе приводятся подробное описание продукта (услуги), жизненного цикла продукта, исследования и разработки по совершенствованию (модернизации) старого продукта и (или) созданию и внедрению нового продукта.

6.3.1. Подробное описание продукта (услуги). В описание продукта входят сведения о его типе, размере, весе, сроке службы, патентной ситуации. Сведения о патентной ситуации содержат ответы на следующие патентно-правовые вопросы:

- Защищен ли товар (изобретение) в стране пребывания лицензиара?
- Защищен ли товар (изобретение) в странах предполагаемой территории осуществления проекта?
- Защищен ли товар (изобретение) на основных экспортных рынках?
- Каков объем прав по патентам лицензиара?

- Касаются ли пункты формулы изобретения всего объекта или его части?
- Достаточно ли сильны пункты формулы изобретения (возможны ли обход или аннулирование патента)?
- Касаются ли пункты формулы изобретения одновременно способа и устройства?
- Защищена ли конкурентная продукция?
- Могут ли конкуренты производить и продавать свою продукцию, не нарушая ваших патентных прав?

6.3.2. Жизненный цикл продукта. Концепция жизненного цикла продукта исходит из того, что любое изделие, какими бы потребительскими свойствами оно ни обладало, рано или поздно вытесняется с рынка другим, более совершенным продуктом. Жизненный цикл продукта состоит из следующих стадий:

- внедрение (на этой стадии торговля убыточна: объем продаж низок, маркетинговые расходы велики);
- рост (признание покупателями продукта и быстрое увеличение спроса на него);
- зрелость (большинство покупателей уже приобрело продукт);
- насыщение (несмотря на принятые меры, роста объема продаж больше не происходит);
- спад (период резкого снижения объема продаж, а затем и прибыли).

6.3.3. Исследования и разработки. Предприятие на основе изменений темпа продажи и прибыли определяет, на какой стадии жизненного цикла находится в настоящее время его продукт, и сообщает об этом в плане финансового оздоровления. Одновременно с этим в зависимости от установленной стадии жизненного цикла предприятие описывает предпринимаемые им меры (снижение цены, повышение качества, улучшение сервиса, расширение рекламы), которые способствуют поддержанию спроса на продукт. В то же время предприятие описывает исследования и разработки по модернизации продукта, а также по созданию и внедрению нового продукта.

7. План производства

7.1. Производственная программа предприятия

Программа рассчитывается на основании имеющихся производственных мощностей предприятия в разрезе выпускаемой номенклатуры изделий и услуг, для которых определен режим наибольшего благоприятствования на рынке данного вида продукции и услуг, а также установлен объем продукции, который способен «поглотить» соответствующий сегмент рынка (разд. 5, 6) (табл. 30).

Таблица 30

Производственная программа предприятия, натур. ед.

Объем выпуска продукции	Г о д				
	0-й	1-й	2-й	...	n-й
Продукция 1					
...					
Продукция <i>i</i>					
Прочая реализация					

Производственная программа сравнивается с объемом потребности рынка в соответствующем виде продукции, на основании чего определяется прирост объемов продукции, который вместе с выпускавшимся ранее объемом продукции будет реализован потребителям.

7.2. Планируемый объем продаж продукции

Исходя из потребностей рынка в объеме продукции определяется необходимый производственный потенциал предприятия (табл. 31).

7.3. Потребность в основных фондах

Таблица 31

Планируемый объем продаж продукции

Наименование продукции	Г о д				
	0-й		1-й	...	n-й
	Объем выпуска, натур. ед.	Цена единицы продукции, р.	Объем продаж, р.		
Продукция 1					
Продукция 2					
...					
Продукция <i>i</i>					
Прочая продукция					
ИТОГО					

Увеличение производственных мощностей предприятия может осуществляться путем использования внутренних резервов и введения дополнительных основных фондов, а именно за счет:

- прироста производственных мощностей в результате осуществления мероприятий по техническому перевооружению;
- ввода в действие производственных мощностей вследствие реконструкции;
- ввода в действие производственных мощностей путем расширения действующих и строительства нового предприятия, объекта.

Выбирается один или несколько вариантов, которые являются наиболее эффективными для данного предприятия с точки зрения обеспечения потребностей рынка. Они составляют основу плана технического развития и организации производства (табл. 32).

Таблица 32

Потребность в основных фондах, р.

Основные фонды	Г о д					
	0-й	1-й		2-й	...	n-й
	Дейст- вующие фонды	Общая потреб- ность	Прирост основ- ных фондов			
1. Здания, сооруже- ния производствен- ного назначения						
2. Рабочие машины и оборудование						
3. Транспортные средства						
4. Прочие						
ИТОГО						

П р и м е ч а н и е. Расчет потребности в основных фондах осуществляется по каждому виду основных фондов исходя из нормативов производительности.

7.4. Расчет потребности в ресурсах

Исходными данными для расчета потребности производства в материальных ресурсах являются предусматриваемые объемы выпуска продукции и услуг, а также нормативная база потребности в материальных ресурсах на единицу продукции, сложившаяся в базовом периоде. Величина производственного запаса обосновывается его нормой, представляющей собой средний в течение года запас материалов в днях его среднесуточного потребления, и рассчитывается на конец года как переходящий запас (табл. 33).

7.5. Расчет численности работников и фонда заработной платы

Численность работников основной сферы рассчитывается исходя из уровня выработки и производственной программы. Численность специалистов, служащих и др. определяется по штатному расписанию (табл. 34).

Фонд заработной платы определяется как произведение доходов по всем видам деятельности предприятия на принятый норматив затрат заработной платы на 1 р. доходов с учетом нормативов по фонду заработной платы, установленных государством. Заработная плата распределяется по тем же группам работников, по которым устанавливается расчет численности персонала.

Таблица 33

Расчет потребности в ресурсах

Наименование ресурсов	Г о д						
	0-й				1-й	...	n-й
	Кол-во, натур. ед.	Цена едини- цы ре- сурсов, р.	Стои- мость, р.	Стои- мость перехо- дящего запаса, р.			
1. Сырье и ма- териалы							
2. Покупные и комплекту- ющие изделия							
3. Топливо							
4. Энергия							
ИТОГО							

П р и м е ч а н и е. Размер переходящего запаса зависит от величины потребности в различных видах материалов и сезонности их поставок, определяется по формуле $T = Q \cdot M/D$, где T – размер переходящего запаса, дн.; Q – потребность в соответствующем материале, натур. ед.; M – норма переходящего запаса, дн.; D – число дней планируемого периода.

7.6. Смета расходов и калькуляция себестоимости (сводная)

Смета расходов на выпускаемую продукцию представляет собой расчет затрат по калькуляционным статьям отдельно по видам продукции, работ, услуг (на конечный продукт). Калькуляция затрат может осуществляться укрупненно, исходя из принятых на предприятии норм затрат на единицу производимой продукции, или путем прямой калькуляции расчетов, исходя из норм ресурсов. Сводный расчет сметы расходов осуществляется по форме, приведенной в табл. 35.

7.7. Потребность в дополнительных и общих инвестициях

На этапе разработки производственной программы рассчитывается потребность в первоначальных инвестициях с учетом производственной программы проекта в целом, определяются направления, по которым требуется вложение средств, и величина потребности в дополнительных инвестициях. Величина потребности в общих инвестициях определяется по каждому направлению с распределением по годам осуществления проекта (табл. 36). Исходной базой для расчета являются данные табл. 32 и стр. 2 табл. 35, при этом заполнение

гр. 2 табл. 36 осуществляется исходя из баланса предприятия на последнюю отчетную дату.

Таблица 34

Расчет потребности в персонале и фонда заработной платы

Наименование категорий персонала	Г о д						
	0-й				1-й	...	n-й
	По- треб- ность в пер- сонале, чел.	Сред- няя зар. плата, р.	Затра- ты на зар. плату, р.	Начис- ления на зар. плату, р.			
1. Рабочие ос- новного произ- водства							
2. Рабочие вспомогатель- ного производ- ства							
3. Специалис- ты и служащие							
ИТОГО							

Таблица 35

Смета расходов и калькуляция себестоимости

Наименование показателя	Г о д				
	0-й		1-й	...	n-й
	На едини- цу про- дукции, р.	Всего, р.			
1	2	3	4	5	6
1. Объем продаж всего					
2. Себестоимость всего					
2.1. Сырье					
2.2. Материалы					

Окончание табл. 35

1	2	3	4	5	6
2.3. Покупные и комплектующие изделия					
2.4. Топливо					
2.5. Электроэнергия					
2.6. ФЗП рабочих					
2.7. ФЗП специалистов и служащих					
2.8. Начисления на ФЗП					
2.9. Амортизация ОПФ					
2.10. Расходы на рекламу					
2.11. Представительские расходы					
2.12. Расходы на обучение					
2.13. Расходы на аудит, консультации					
2.14. Проценты за кредит					
2.15. Налог на дороги					
2.16. Прочие затраты					
3. Внереализационные операции (сальдо)					
3.1. Доход по ценным бумагам					
3.2. Доход от аренды					
3.3. Сальдо штрафов					
3.4. Налог на имущество					
3.5. Налог на землю					
3.6. Налог на рекламу					
3.7. Прочие доходы или расходы					
4. Прибыль до налогообложения					
5. Налоги и платежи из прибыли					
5.1. Налог на прибыль					
5.2. Прочие налоги					
6. Чистая прибыль					

Таблица 36

Потребность в дополнительных и общих инвестициях

Категория инвестиций	Г о д						Потребность в доп. инвестициях, р.	Общая потребность в инвестициях, р.	
	0-й	1-й		...		n-й			
		При-рост	Все-го	При-рост	Все-го	При-рост			Все-го
1. Основной капитал									
1.1. Здания, сооружения производственного назначения									
1.2. Рабочие машины и оборудование									
1.3. Транспортные средства									
2.оборотный капитал									
2.1. Запасы и затраты									
2.2. Денежные средства									
ИТОГО потребность в инвестициях									

Примечания:

1. Потребность в дополнительных инвестициях в табл. 36 предусматривает инвестиции, на величину которых не влияют итоги производственно-хозяйственной деятельности предприятия, которые могут быть получены в результате выполнения производственной программы, т. е. прирост основного и оборотного капитала рассчитывается без учета прибыли.

2. В табл. 31–36 за нулевой год принимается последний отчетный год, он же считается годом начала вложения инвестиций.

3. В гр. 2 табл. 36 представляются фактические данные по сделанным инвестициям, что отражено в балансе последнего отчетного года.

4. Итоги по всему периоду осуществления проекта в табл. 31–35 определяются как сумма итогов соответствующих граф по годам.

8. Финансовый план

Исходные данные для расчета финансового плана формируются на основе следующих разделов плана финансового оздоровления:

- разд. 5 «Рынок и конкуренция» (определяют емкость рынка, сферу обмена, состояние предприятия на данном рынке, подходы к установлению цены на товар, сведения о конкурентах и о типе рынка);

- разд. 6 «Деятельность в сфере маркетинга предприятия» (определяют потребности рынка в том или ином виде продукции и его объеме по цене, сложившейся на рынке);

- разд. 7 «План производства» (определяют возможности предприятия по выпуску продукции в соответствии с его производственной мощностью и ее увеличением или уменьшением с учетом потребности рынка).

8.1. Прогноз финансовых результатов

Прогноз осуществляется на основе указанных выше разделов (табл. 37).

Таблица 37

Прогноз финансовых результатов

Наименование показателя	Г о д											Итого
	1-й				2-й				3-й	...	n-й	
	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Выручка от продажи												
1.1. Объем продаж в натуральном выражении												
1.2. Цена единицы продукции												
2. Затраты на производство проданной продукции												
3. Прибыль от продаж												
4. Операционные доходы и расходы												
5. Доходы и расходы от внереализационных операций												
6. Прибыль до налогообложения												

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
7. Платежи в бюджет из прибыли												
8. Чистая прибыль (стр. 6 – стр. 7)												

П р и м е ч а н и я:

1. Выручка от продажи продукции определяется на основе прогнозных объемов продаж по годам и прогнозных цен на единицу продукции (см. табл. 31).

2. Прогнозирование объемов продаж учитывает результаты маркетинговых исследований: рассматривается ожидаемый ежегодный прирост производства продукции, а также возможности предприятия, т. е. производственные мощности. Оценка прироста производства продукции должна исходить из анализа перспектив развития предприятия.

3. Оценка ежегодного роста цен на продукцию предприятия основывается на макроэкономических и отраслевых исследованиях, а также на данных о росте цен в прошлые годы (для прогнозных расчетов используются данные Госкомстата).

8.2. Потребность в дополнительных инвестициях и формирование источников финансирования

Путем сопоставления рассчитанной на проект финансового оздоровления потребности в дополнительных инвестициях и источников финансирования (покрытия) этой потребности определяется размер государственной финансовой поддержки (табл. 38). В качестве источников финансирования рассматриваются:

1) акционерный капитал, если предполагается увеличение акционерного капитала в течение периода реализации проекта (n лет);

2) привлеченный капитал, если предполагается использование долгосрочных кредитов и займов, краткосрочных кредитов и займов (за исключением средств государственной финансовой поддержки);

3) прочие источники финансирования, например текущие (краткосрочные) пассивы, такие как задолженность по оплате труда, по имущественному и личному страхованию, по расчету с бюджетом и т. д.

8.3. Модель дисконтированных денежных потоков

Модель формируется на основе производственной программы, рассчитанной в составе плана финансового оздоровления и прогноза финансовых результатов деятельности (табл. 39). Общий результат от инвестиций рассчитывается как сумма дисконтированных денежных потоков каждого года реализации данного проекта и текущей (дисконтированной) стоимости остаточной стоимости за пределами планируемого периода (n лет).

Таблица 38

**Потребность в дополнительных инвестициях
и формирование источников финансирования, р.**

Потребность в дополнитель- ных инвести- циях	Год			Итого	Источники фи- нансирования	Год			Итого
	1-й	...	n-й			1-й	...	n-й	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Основной капитал					1. Акционерный капитал				
1.1. Здания, соору- жения про- изводственного назначения									
1.2. Рабочие машины и обо- рудование					2. Привлеченный капитал				
1.3. Транспорт- ные средства					2.1. Долгосроч- ные кредиты				
1.4. Прочие					2.2. Долгосроч- ные займы				
2. Оборотный капитал					2.3. Краткосроч- ные кредиты				
2.1. Запасы и затраты					2.4. Краткосроч- ные займы				
2.2. Денежные средства					3. Прочие источ- ники финансиро- вания				
ИТОГО 1 по- требность в до- полнительных инвестициях					ИТОГО 2 источ- ники финансиро- вания				
					ИТОГО 3 величина потребности в сред- ствах государствен- ной финансовой поддержки ((ИТОГО 1 (гр. 5) – ИТОГО 2 (гр. 10))				

Таблица 39

Модель дисконтированных денежных потоков

Наименование показателя	Г о д										
	0-й	1-й				2-й				...	n-й
		1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Чистая прибыль (стр. 8 табл. 36)											
2. Чистый денежный поток всего (стр. 2.1 + стр. 2.2 + (–) стр. 2.3– (+) стр. 2.4–стр. 2.5 + (–) стр. 2.6–стр. 2.7–стр. 2.8)											
2.1. Чистая прибыль											
2.2. Износ											
2.3. Рост (погашение) задолженности											
2.4. Рост (погашение) дебиторской задолженности											
2.5. Выплата процентов											
2.6. Средства от продажи (покупки) основных средств											
2.7. Капиталовложения											
2.8. Прирост оборотного капитала											
3. Остаток денежных средств на начало периода											
4. Накопленная денежная наличность на конец периода (стр. 2+ стр. 3)											
5. Коэффициент текущей (дисконтированной) стоимости при выбранной ставке дисконта											
6. Текущие (дисконтированные) стоимости денежных потоков (стр. 2 · стр. 5)											
7. Сумма текущих (дисконтированных) стоимостей денежных потоков											
8. Остаточная (ликвидационная) стоимость за пределами планируемого периода (n лет)											

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
9. Текущая (дисконтированная) стоимость остаточной стоимости за пределами планируемого периода при коэффициенте дисконтирования для конца года** (стр. 8 × стр. 5)											
10. Чистая текущая (дисконтированная) стоимость (NPV) (стр. 7 + стр. 9)											

* Расчеты проводятся с учетом ставки дисконта, пересчитанной на квартал.

** Коэффициент текущей стоимости (коэффициент дисконтирования) денежных потоков за пределами планируемого периода рассчитывается для конца года по формуле $K = 1 / (1+r)^n$, где n – число лет; r – выбранная ставка дисконта.

При оценке эффективности вложений в действующее предприятие следует учитывать, что получаемые денежные потоки являются результатом функционирования не только выделенных средств госфинподдержки, но и всех ранее вложенных инвестиционных ресурсов, величина которых определяется по балансу предприятия на последнюю отчетную дату.

Коэффициенты текущей стоимости денежных потоков планируемого периода рассчитываются для середины года по формуле

$$K = \frac{1}{(1+r)^{(n-0,5)}},$$

где n – число лет;

r – выбранная ставка дисконта.

В модели дисконтированных денежных потоков:

1) стр. 3 показывает размер денежной наличности предприятия на начало текущего периода;

2) стр. 7 рассчитывается путем суммирования текущих стоимостей денежных потоков за весь планируемый период, включая нулевой год (стр. 6);

3) стр. 8 рассчитывается двумя способами:

- для предприятия, продолжающего производственную деятельность за пределами планируемого периода, – как частное, полученное в результате деления денежных потоков в остаточный период на разность между ставкой дисконта и темпом прироста денежных потоков;

- для предприятия, подлежащего ликвидации, – как ликвидационная стоимость;

4) при неотрицательном значении чистой текущей (дисконтированной) стоимости (стр. 10) может быть принято решение об оказании государственной финансовой поддержки.

8.4. Расчет коэффициента внутренней нормы прибыли IRR

Коэффициент *IRR* – ставка дисконта, при которой *NPV* принимает нулевое значение (*NPV* – чистая текущая приведенная стоимость). Этот коэффициент характеризует целесообразность вложения средств (в том числе и средств госфинподдержки) в данный проект: если он больше или равен требуемому уровню доходности (ставке дисконта), проект может быть принят к рассмотрению. Расчет коэффициента внутренней нормы прибыли осуществляется либо методом подбора при различных ставках дисконта с устремлением величины чистой приведенной стоимости к нулю, либо на финансовом калькуляторе при использовании модели cash flow.

8.5. Определение дисконтного (динамического) срока окупаемости проекта

Дисконтный (динамический) период окупаемости проекта определяется как период времени, по истечении которого сумма текущих (дисконтированных) стоимостей денежных потоков (см. табл. 38, стр. 6), представленная нарастающим итогом, становится неотрицательной величиной, т. е. дисконтированные денежные потоки доходов равняются дисконтированным денежным потокам затрат.

8.6. График погашения кредиторской задолженности, процентов и штрафов

График составляется в соответствии с условиями конкретных кредитных договоров с учетом установленных сроков погашения.

8.7. Расчет точки безубыточности (порога рентабельности)

Точка безубыточности (порог рентабельности) – это такая выручка от продажи, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не имеет и прибылей, т. е. результата от продажи после возмещения переменных затрат хватает только на покрытие постоянных затрат и прибыль равна нулю. Порог рентабельности определяется следующим образом:

$$\text{Порог рентабельности} = \frac{\text{Постоянные затраты}}{\text{Выручка от продажи после возмещения переменных затрат в относительном выражении}} = \frac{\text{Постоянные затраты}}{1 - \frac{\text{Переменные затраты, \%}}{100\%}}.$$

8.8. Агрегированная форма прогнозного баланса

На базе данных производственной программы и финансового плана заполняется агрегированная форма прогнозного баланса (табл. 40) по годам планируемого периода, по данным которого рассчитываются коэффициенты текущей ликвидности, обеспеченности собственными средствами, восстановления (утраты) платежеспособности.

Таблица 40

Агрегированная форма прогнозного баланса

Актив	Код строки	Г о д				Пассив	Код строки	Г о д			
		0-й	1-й	...	n-й			0-й	1-й	...	n-й
1. Внеоборотные активы	190					3. Капитал и резервы	490				
2. Оборотные активы	290					4. Долгосрочные обязательства	590				
						5. Краткосрочные обязательства, в том числе краткосрочная задолженность (стр. 620 баланса)	690				
БАЛАНС (сумма стр. 190, 290)	300					БАЛАНС (сумма стр. 490, 590, 690)	700				

8.9. Расчет коэффициентов текущей ликвидности, обеспеченности собственными средствами, восстановления (утраты) платежеспособности

Расчеты ведутся с использованием данных агрегированной формы прогнозного баланса. На основе полученных результатов формируется табл. 41. Коэффициенты анализируются с целью установления соответствия их нормативным значениям, утвержденным постановлением Правительства РФ от 20 мая 1994 г. № 498 «О некоторых мерах по реализации законодательства о несостоятельности (банкротстве) предприятий». Табл. 41 используется в целях

контроля за изменениями показателей за период, соответствующий сроку предоставления государственной финансовой поддержки.

Таблица 41

Финансовые показатели

Наименование коэффициента	Г о д				
	0-й	1-й	2-й	...	n-й
1. Коэффициент текущей ликвидности					
2. Коэффициент обеспеченности собственными средствами					
3. Коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности					

Примечание. Коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности рассчитывается следующим образом:

$$K_{в.п} = \frac{K_{т.л. \text{ кон.г}} + \frac{6}{T} \cdot (K_{т.л. \text{ кон.г}} - K_{т.л. \text{ нач.г}})}{2} \geq 1,$$

$$K_{у.п} = \frac{K_{т.л. \text{ кон.г}} + \frac{3}{T} \cdot (K_{т.л. \text{ кон.г}} - K_{т.л. \text{ нач.г}})}{2} \geq 1.$$

В заключение разработки бизнес-плана финансового оздоровления предприятия составляется сводная таблица финансовых показателей, разрабатываются мероприятия по восстановлению платежеспособности и поддержке эффективной хозяйственной деятельности, дается характеристика предприятия в части участия его на товарном рынке, приводится объем сбыта продукции предприятия по каждому каналу (см. формы 1–4 прил. 5). Эти документы оформляются как приложения к плану финансового оздоровления предприятия.

Заключение

Успешное функционирование любого предприятия невозможно без формирования и реализации конкурентной стратегии, что требует широкого применения современных методов сбора, обработки и анализа информации для принятия управленческих решений.

Переход российских предприятий к рыночным отношениям связан с их попаданием в зону хозяйственной неопределенности и повышенного риска. Данное обстоятельство обуславливает необходимость повышения качества управленческих решений, базирующихся на всесторонней оценке состояния и перспектив хозяйственного развития. Решение этой задачи требует широкого применения в практике отечественного менеджмента современных методов сбора, обработки и анализа информации.

В учебно-методическом пособии основное внимание уделено факторному, индексному анализу как наиболее эффективному методу выявления влияния различных факторов на изменение результативных показателей деятельности предприятия. Это обусловлено тем, что большинство таких показателей раскладывается на факторы-сомножители.

Усвоение методики анализа по основным составляющим финансово-хозяйственной деятельности дает менеджеру возможность выявлять основные тенденции в их развитии, лучше ориентироваться в рыночной среде. Представляется, что определенную помощь экономисту в оценке перспектив развития предприятия окажет знание важнейших вопросов анализа технического уровня производства, качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции, обеспеченности производства материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами и эффективности их использования. Знания основаны на системном подходе, комплексном учете разнообразных факторов, качественном подборе достоверной информации и являются важной функцией управления.

В пособии изложены теоретические основы и практические аспекты анализа и оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Процесс оценки предприятия дает реалистичное представление о перспективах его деятельности. Это ценно для всех, кто с ним связан: для собственников, управляющих, работников предприятия, потребителей, поставщиков, банков, работников страховых и налоговых служб, инвесторов и др.

Большое внимание в пособии уделено проектному планированию, которое занимает особое место в системе планов предприятия. В зарубежной литературе и практике встречаются подходы, в соответствии с которыми проектное

планирование рассматривается в качестве промежуточного этапа между стратегическим и тактическим планированием или отдельной составляющей тактического планирования. На наш взгляд, целесообразно рассматривать проектное планирование как самостоятельный плановый комплекс в рамках стратегического планирования, так как проектные решения носят долгосрочный характер и удовлетворяют всем другим критериям стратегических решений. Инвестиционные проекты, как и другие стратегические решения, реализуются в рамках среднесрочного планирования. Среднесрочное планирование конкретизирует целевые установки стратегических планов по срокам (периоду достижения) и содержанию (способам, средствам достижения). На уровне предприятия в системе среднесрочного планирования, как правило, разрабатываются следующие виды планов: по маркетингу, производству, производственным мощностям, финансам, по труду.

Особому анализу должны подвергаться неплатежеспособные предприятия. С учетом российских масштабов банкротства предприятий в пособии даны методические рекомендации по составлению бизнес-плана финансового оздоровления предприятия, который оформлен в виде единого документа и приложений к нему. В каждом конкретном случае бизнес-план финансового оздоровления предприятия должен включать четкое описание ожидаемых проблем и трудностей, а также способов их разрешения. Глубокое изучение и реализация перечисленных составляющих, а также других сторон анализа и планирования деятельности предприятия позволят повысить эффективность его функционирования и развития.

Библиографический список

1. Анализ и планирование деятельности предприятия: Учеб.-метод. пособие / Сост. А. Г. Мокроносов, Т. К. Руткаускас; Урал, акад. гос. службы. Челябин. фил. Екатеринбург; Челябинск, 1998. 124 с.
2. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: Учеб. / Под общ. ред. В. И. Стражева. 2-е изд., стереотип. Минск: Вышэйш. шк., 1996. 363 с.
3. Баканов М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: Учеб. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 1997. 416 с.
4. Балабанов И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. М.: Финансы и статистика, 1998. 112 с.
5. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом? М.: Финансы и статистика, 1996. 384 с.
6. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2002. 215 с.
7. Бизнес-план: Метод. материалы. 2-е изд., доп. / Под ред. Р. Г. Маниловского. М.: Финансы и статистика, 1998. 160 с.
8. Бизнес-план: Отечественный и зарубежный опыт: Современная практика и документация / Под ред. В. М. Попова; Волго-Вят. регион. центр Ассоц. рос. вузов. Чебоксары, 1996. 261 с.
9. Бизнес-план инвестиционного проекта: Рабочая тетрадь предпринимателя для разработки бизнес-плана. М.: Агроконсалт, 1996. 144 с.
10. Бланк И. А. Управление прибылью. Киев: Ника-центр, 1998. 544 с.
11. Богатко А. Н. Основы экономического анализа хозяйствующего субъекта. М.: Финансы и статистика, 1999. 208 с.
12. Бороненкова С. А., Маслова Л. И., Крылов С. Н. Финансовый анализ предприятия: Учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 1997. 200 с.
13. Ворст Й., Ревентлоу П. Экономика фирмы: Учеб. / Пер. с дат. А. Н. Чеканского, О. В. Рождественского. М.: Высш. шк., 1994. 272 с.
14. Ендовицкий Д. А., Коробейникова Л. С., Сысоева Е. Ф. Практикум по инвестиционному анализу: Учеб. пособие / Под ред. Д. А. Ендовицкого. М.: Финансы и статистика, 2001. 240 с.
15. Зайцев Н. Л. Экономика промышленного предприятия: Учеб. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2000. 358 с.
16. Зайцев Н. Л. Экономика промышленного предприятия: Практикум: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2000. 192 с.

17. Зудилин А. П. Анализ хозяйственной деятельности предприятий развитых капиталистических стран. 2-е изд., перераб. Екатеринбург: Камен. пояс, 1992. 224 с.
18. Ковалев В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. М.: Финансы и статистика, 1996. 432 с.
19. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. М.: Прогресс, 1990. 672 с.
20. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. М.: Юрайт-М, 2001. 224 с.
21. Мазманова Б. Г. Управление оплатой труда: Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2001. 368 с.
22. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов / Рук. авт. кол.: В. В. Колосов, В. Н. Лившиц, А. Г. Шахназаров. М.: Экономика, 2000. 421 с.
23. Новоселов А. С. Теория региональных рынков: Учеб. Ростов н/Д: Феникс; Новосибирск: Сиб. соглашение, 2002. 448 с.
24. Об утверждении типовой формы плана финансового оздоровления (бизнес-плана), порядка его согласования и методических рекомендаций по разработке планов финансового оздоровления: Распоряжение Федерал. упр. по делам о несостоятельности (банкротстве) от 5 дек. 1994 г. № 98-р // Бух. альманах. 1996. № 1. С. 127–148.
25. Пешкова Е. П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. М.: Ось-89, 1996. 80 с.
26. Ришар Ж. Аудит и анализ хозяйственной деятельности предприятия: Пер. с франц. / Под ред. Л. П. Белых. М.: Аудит: ЮНИТИ, 1997. 375 с.
27. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В. М. Попова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 1998. 488 с.
28. Справочник директора предприятия / Под ред. М. Г. Лапуса. 2-е изд., испр., измен. и доп. М.: ИНФРА-М, 2000. 784 с.
29. Стандартизация и управление качеством продукции: Учеб. для вузов / Под ред. В. А. Швандара. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. 487 с.
30. Теория и практика антикризисного управления: Учеб. для вузов / Под ред. С. Г. Беляева, В. И. Кошкина. М.: Закон и право: ЮНИТИ, 1996. 469 с.
31. Томпсон А., Формби Д. Экономика фирмы: Пер. с англ. М.: БИНОМ, 1998. 544 с.
32. Управление затратами на предприятии: Учеб. / Под общ. ред. Г. А. Краюхина. СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2000. 277 с.

33. Хеддервик К. Финансовый и экономический анализ деятельности предприятий / Пер. с англ. Д. П. Лукичева, А. О. Лукичевой; Под ред. Ю. Н. Воропаева. М.: Финансы и статистика, 1996. 192 с.
34. Четыркин Е. М. Методы финансовых и коммерческих расчетов. М.: Дело: Бизнес-речь, 1992. 320 с.
35. Шеремет А. Д. Сайфулин Р. С. Методика финансового анализа. М.: ИНФРА-М, 1995. 176 с.
36. Шим Дж. К., Сигел Дж. Г. Методы управления стоимостью и анализа затрат: Пер. с англ. М.: Информ.-изд. дом «Филинь», 1996. 344 с.
37. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия: Пер. с нем. / Под ред. А. Г. Поршнева. М.: Финансы и статистика, 1996. 512 с.
38. Щиборщ К. В. Бюджетирование деятельности промышленных предприятий России. М.: Дело и Сервис, 2001. 544 с.
39. Экономика: Учеб. / Под ред. А. С. Булатова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: БЕК, 1997. 816 с.
40. Экономика и статистика фирм: Учеб. 3-е изд., перераб. и доп. / Под ред. С. Д. Ильенковой. М.: Финансы и статистика, 2000. 288 с.
41. Экономика предприятия: Учеб. для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. / Под общ. ред. А. И. Руденко. Минск: Вышэйш. шк., 1995. 475 с.
42. Экономика предприятия: Учеб. 3-е изд., перераб. и доп. / Под ред. В. М. Семенова; Центр экономики и маркетинга. М., 2001. 360 с.
43. Экономика предприятия: Учеб. для вузов / Под ред. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2000. 742 с.
44. Экономика предприятия: Учеб. / Под ред. Н. А. Сафонова. М.: Юристъ, 1998. 584 с.
45. Экономика предприятия: Тесты, задачи, ситуации: Учеб. пособие для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. / Под ред. В. А. Швандара. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 254 с.
46. Экономика предприятия (фирмы): Учеб. / Под ред. О. И. Волкова, О. В. Девяткина. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2002. 601 с.
47. Экономика фирмы: Учеб. для вузов / Под ред. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 461 с.

ПРИМЕРЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Пример 1. Оценить уровень конкурентоспособности зерноуборочного комбайна дифференциальным методом.

Номенклатура показателей зерноуборочных комбайнов и их значения приведены в табл. 1.1. Классификационными показателями комбайнов являются колесная формула и шнековое исполнение валков. Относительные значения показателей определяются по формулам (29) и (30).

Таблица 1.1

Показатели для сравнения зерноуборочных комбайнов

Наименование показателей	Значение показателя комбайна		Относительное значение показателя
	оцениваемого	базового	
Показатели назначения:			
Ширина захвата, м	5,0	6,86	0,73
Мощность двигателя, кВт	110,0	125,0	0,88
Объем бункера, м ³	3,0	6,3	0,48
Объем топливного бака, л	300,0	350,0	0,86
Площадь очистки, м ²	3,0	3,05	0,98
Показатели надежности:			
Наработка на отказ, ч	96,0	100,0	0,95
Среднее время восстановления, ч	2,0	1,5	0,75
Эргономические показатели:			
Температура воздуха в кабине, °С	31–34	25–26	0,81–0,76
Концентрация пыли в кабине, мг/м ³	51–53	6,6–9,3	0,13–0,18
Уровень шума в кабине, дБ	91–95	78	0,84

П р и м е ч а н и е. По остальным группам показателей качества и экономическим показателям оцениваемый и базовый комбайн имеют одинаковые значения.

Вывод. По приведенным в табл. 1.1 показателям оцениваемый комбайн неконкурентоспособен по отношению к базовому комбайну.

Пример 2. Оценить комплексным методом конкурентоспособность грузовых автомобилей *A* и *B* на рынке ФРГ по относительному интегральному показателю.

Показатели для сравнения автомобилей приведены в таблице 1.2. В качестве классификационных показателей грузовых автомобилей приняты равными грузоподъемность и колесная формула исполнения.

Таблица 1.2

Показатели для сравнения грузовых автомобилей

Наименование показателя	Значение показателя грузового автомобиля		Доля затрат i -го показателя в полных затратах автомобиля B (m_{iB})
	A	B	
Грузоподъемность Q , т	2,75	2,75	0,203
Максимальная скорость с полной нагрузкой v , км/ч	97	98	
Прейскурантная цена автомобиля без стоимости шин (3 шт.), тыс. евро:	22,91	24,11	
Стоимость комплекта шин (3 шт.), тыс. евро	1,09	1,09	0,353
Эксплуатационные затраты грузового автомобиля на 1 км пробега, евро			
на топливо P_t	0,100	0,120	
смазочные материалы P_c	0,012	0,014	
шины $P_{ш}$	0,022	0,022	
техническое обслуживание P_o	0,083	0,095	
прочие расходы P_n	0,020	0,020	

За базовой образец принят грузовой автомобиль B . Средний годовой пробег автомобиля B принят равным 50 тыс. км.

Относительный интегральный показатель грузового автомобиля A при его одинаковой грузоподъемности с автомобилем B равен

$$K_{\%B} = \frac{v_A/v_B}{\left(\frac{3_A}{3_B} \cdot m_{3B} + \frac{P_{tA}}{P_{tB}} \cdot m_{P_{tB}} + \frac{P_{cA}}{P_{cB}} \cdot m_{P_{cB}} + \frac{P_{шA}}{P_{шB}} \cdot m_{P_{шB}} + \frac{P_{oA}}{P_{oB}} \cdot m_{P_{oB}} + \frac{P_{nA}}{P_{nB}} \cdot m_{P_{nB}} \right)} =$$

$$= \frac{97/98}{\left(\frac{22,91}{24,11} \cdot 0,203 + \frac{0,10}{0,12} \cdot 0,353 + \frac{0,012}{0,014} \cdot 0,041 + \frac{0,022}{0,022} \cdot 0,065 + \frac{0,083}{0,095} \cdot 0,279 + \frac{0,02}{0,02} \cdot 0,059 \right)} = 1/11.$$

Вывод. Автомобиль A конкурентоспособен на рынке ФРГ.

Пример 3. Оценить комплексным методом уровень конкурентоспособности нового холодильника.

Основные показатели нового (А) и базового (В) холодильников приведены в таблице 1.3.

Таблица 1.3

Основные показатели холодильников

Наименование показателя	Значение показателя холодильника		Доля затрат <i>i</i> -го показателя в полных затратах холодильника В (m_{iB})
	А	В	
Объем холодильной камеры Q_x , л	150	135	0,55
Объем морозильной камеры Q_m , л	16	11	0,35
Средний срок службы T_c , лет	10	8	—
Стоимость холодильника $З_c$, тыс. р.	2500	2000	—
Годовые эксплуатационные затраты $З_э$, тыс. р.	170	150	—
Эстетические показатели $P_{эс}$, баллы	5,0	4,2	0,06
Эргономические показатели $P_{эр}$, баллы	5,0	4,0	0,04

Групповой показатель конкурентоспособности холодильников по полезному эффекту рассчитывается по формуле

$$J_{п.э} = \Pi_B \cdot \left(1 + \frac{Q_{xA} - Q_{xB}}{Q_{xB}} \cdot m_{1B} + \frac{Q_{mA} - Q_{mB}}{Q_{mB}} \cdot m_{2B} + \frac{P_{эсA} - P_{эсB}}{P_{эсB}} \cdot m_{3B} + \frac{P_{эрA} - P_{эрB}}{P_{эрB}} \cdot m_{4B} \right) \cdot \frac{T_{сA}}{T_{сB}} =$$

$$= 1 \cdot \left(1 + \frac{15}{135} \cdot 0,55 + \frac{5}{11} \cdot 0,35 + \frac{0,8}{4,2} \cdot 0,06 + \frac{1}{4,0} \cdot 0,04 \right) \cdot \frac{10}{8} = 1,55.$$

Полезный эффект базового образца принят равным единице ($\Pi_B = 1$).

Групповой показатель конкурентоспособности холодильников по экономическим показателям рассчитывается по формуле (32):

$$J_{э.п} = \frac{З_{сA} + T_{сA} \cdot З_{эA}}{З_{сB} + T_{сB} \cdot З_{эB}} = \frac{2\,500\,000 + 10 \cdot 170\,000}{2\,000\,000 + 8 \cdot 150\,000} = \frac{4\,200\,000}{3\,200\,000} = 1,31.$$

Уровень конкурентоспособности нового холодильника определяется по формуле (31):

$$K_{A/B} = \frac{1,55}{1,31} = 1,18.$$

Вывод. Новый холодильник (А) конкурентоспособен по отношению к базовому холодильнику (В), несмотря на более высокие стоимость и годовые эксплуатационные расходы.

Пример 4. Оценить смешанным методом уровень конкурентоспособности грохотов, применяемых в угольной промышленности.

Данные для расчета уровня конкурентоспособности грохотов приведены в табл. 1.4.

Таблица 1.4

Показатели для сравнения грохотов

Наименование показателя	Значение показателя грохота	
	A	B
Производительность, т/ч	700	630
Средний срок службы T_c , лет	3	3
Наработка на отказ T_o , ч	500	550
Среднее время восстановления, ч	4,0	3,5
Прейскурантная цена Ц, тыс. р.	35 000	32 000
Коэффициент технического использования K_n	0,990	0,984
Средняя стоимость одного часа эксплуатации C_1 , р.	4500	4000
Средняя стоимость одного часа простоя из-за ремонта C_2 , р.	5600	5000
Продолжительность эксплуатации в течение года T_r , ч	6500	6500
Уровень шума $K_{ш}$, дБ	87	84

Первые девять показателей, представленных в табл. 1.4, учитываются в интегральном показателе.

Групповой показатель конкурентоспособности грохотов по полезному эффекту (по производительности работы) рассчитывается по формуле

$$J_{пз} = \frac{W_A \cdot T_{гА} \cdot T_{сА} \cdot K_{пА}}{W_B \cdot T_{гВ} \cdot T_{сВ} \cdot K_{пВ}} = \frac{700 \cdot 6500 \cdot 3 \cdot 0,99}{630 \cdot 6500 \cdot 3 \cdot 0,984} = 1,118.$$

Групповой показатель конкурентоспособности грохотов по экономическим показателям рассчитывается по формуле (32):

$$J_{эп} = \frac{Ц_A + T_{сА} \cdot \left(C_{1А} \cdot K_{пА} + C_{2А} \cdot t_{вА} \cdot \frac{1}{T_{оА}} \right) \cdot T_{гА}}{Ц_B + T_{сВ} \cdot \left(C_{1В} \cdot K_{пВ} + C_{2В} \cdot t_{вВ} \cdot \frac{1}{T_{оВ}} \right) \cdot T_{гВ}} =$$

$$= \frac{35\,000\,000 + 3 \cdot \left(4500 \cdot 0,99 + \frac{5\,600\,000}{500} \cdot 4 \right) \cdot 6500}{32\,000\,000 + 3 \cdot \left(4000 \cdot 0,984 + \frac{5\,000\,000}{550} \cdot 3,5 \right) \cdot 6500} = 1,407.$$

Уровень конкурентоспособности грохота *A* составит

$$K_{\text{г/в}} = \frac{1,118}{1,407} = 0,795.$$

Относительное значение уровня шума равно

$$q = \frac{84}{87} = 0,97.$$

Вывод. Грохот *A* конкурентоспособен по отношению к грохоту *B*.

ФОРМЫ К БИЗНЕС-ПЛАНУ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

Форма 1

Краткий обзор инвестиционного проекта (резюме проекта)

1. Суть проекта _____

2. Эффективность проекта _____

3. Сведения о фирме (предприятии) _____

4. Команда управления _____

5. План действий _____

6. Финансирование _____

7. План возврата _____

8. Гарантии возврата инвестиций _____

Сведения о предприятии и отрасли

1. Общие сведения о предприятии _____

2. История предприятия _____

3. Финансово-экономические показатели деятельности предприятия _____

4. Местоположение _____

5. Структура управления _____

6. Кадровый состав _____

7. Направление деятельности и опыт _____

8. Перспективы развития предприятия _____

9. Отрасль экономики и перспективы ее развития _____

10. Вклад предприятия в развитие региона, общественная и социальная
активность _____

Описание продукции (услуг)

Наименование продукции (услуг) _____

Назначение и область применения, перспективность выпуска _____

Возможность экспорта или импортозамещения _____

Краткое описание и основные характеристики _____

Конкурентоспособность продукции (услуг)

Сравниваемые показатели	Сравнение с продукцией фирм-конкурентов (моя продукция: «+» – лучше, «0» – равно, «-» – хуже)		
	1-й продукт: фирма	2-й продукт: фирма	3-й продукт: фирма
1.			
2.			
3.			

Возможности повышения конкурентоспособности _____

Патентоспособность и авторские права _____

Наличие и необходимость лицензирования выпуска продукции _____

Степень готовности _____

Наличие сертификации качества продукции _____

Безопасность и экологичность _____

Условия поставки и упаковки _____

Гарантии и сервис _____

Эксплуатация _____

Утилизация после окончания эксплуатации _____

Особенности налогообложения и наличие льгот _____

Форма 4

Требования к потребительским свойствам продукции

Продукт (услуга)	Потребители (покупатели) и их характеристика	Требования потре- бителей к товару (услуге)	Мои возможности обеспечения требо- ваний потребителей

Форма 5

Конкурентоспособность проекта

Предприятия- конкуренты	Объем производства	Сильные и слабые стороны конкурента	Мои сильные и слабые стороны

Форма 6

Рынок сбыта продукции (услуг)

Про- дукт	Потребитель		Часто- та и кол-во на од- ну по- купку	Кол-во в год	Цена	Объем (стои- мость в год)	Моя доля		Под- твер- ждаю- щий доку- мент
	Наиме- нова- ние	Кол-во					%	Сумма	
ВСЕГО									

Колебания спроса (сезонность) в течение года, % от максимума

Про- дукт	1-й квартал			2-й квартал			3-й квартал			4-й квартал		
	Янв.	Февр.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.

Цена продукции (услуги)

Продукт	Цена конкурентов	Потребители		Планируемая цена			Цена
		Категория	Макс. цена	Метод определения	Диапазон цен		
					Мин.	Макс.	

Каналы сбыта продукции

Наименование элемента системы сбыта	Характеристика канала сбыта	Наличие (обеспеченность) каналов сбыта	Условия сбыта

Стратегия продвижения на рынок

Пути продвижения и их характеристика	Цена продукции	Количество, периодичность поставки	Стоимость продукции

Ценовая политика

Наименование продукта _____

Единица измерения _____

Особенности налогообложения _____

Наименование показателя	Г о д									
	1-й		2-й		3-й		4-й		5-й	
	Внут. рынок	Внеш. рынок	Внут. рынок	Внеш. рынок	Внут. рынок	Внеш. рынок	Внут. рынок	Внеш. рынок	Внут. рынок	Внеш. рынок
<i>Общие исходные данные по сбыту</i>										
Цена продажи, тыс.р./\$US										
Потери при продаже, %										
Время на сбыт, дн.										
Задержки платежей, дн.										
Запас готовой про- дукции, %										
Объем продаж по факту, %										
<i>Продажи в кредит</i>										
Объем продаж в кре- дит, %										
Срок кредита, дн.										
Надбавки к цене, %										
Период выплат										
<i>Продажи с авансом (предоплатой)</i>										
Объем продаж с пре- доплатой, %										
Срок поставки после предоплаты, дн.										
Скидка с цены, %										
Доля аванса в цене, %										
<i>Предоставляемые скидки *</i>										
Скидки:										
экспертная										
мелкооптовая										
оптовая										

* Может указываться как абсолютная величина (В), так и доля (Д).

***Местоположение предприятия и обеспеченность
земельными площадями***

<i>План местоположения</i>

Обеспеченность земельными площадями (участком)

Источник	Кол-во	Условия	Стоимость

Характеристика местоположения предприятия

Транспортные связи Инженерные сети Необходимые ресурсы Поставщики Потребители продукции	
---	--

Возможные альтернативы (варианты) расположения предприятия

Наименование	Характеристика (преимущества и недостатки)

Технология, качество и сертификация производства

Продукция (услуги) _____

Технологическая операция (ее характеристика)	Требования к исполнителю, их обеспечение	Требования к технологии и оборудованию, их обеспечение	Другие требования, их обеспечение

Циклограмма производства и реализации продукции (услуг)

Продукт _____

№ п/п	Наименование продукта и работ	Исполнитель	Длительность	Время в...											

Производственные площади и помещения

№ п/п	Назначение, наименование, характеристика	Общая площадь, м ²	Обеспечение		Сроки		Готовность. Необходимые работы. Наличие соглашений, договоров	Затраты, млн р.
			Источник	Площадь, м ²	Нач. (мес.)	Кон. (мес.)		
	ВСЕГО затрат							

Форма 15

Оборудование, оснастка и инструмент

№ п/п	Наименование, характеристика	Цена	Количество		Постав- щик, ус- ловия	Срок по- ставки	Затраты, млн р.
			имею- щееся	дополни- тельное			
	ВСЕГО затрат						

Форма 16

Комплектующие и материалы

№ п/п	Наименова- ние, характе- ристика	Цена	Кол-во, необ- ходимое на год	Поставщики, условия, пе- риодичность поставки	Стоимость
	ВСЕГО затрат				

Кадровое обеспечение

№ п/п	Наименование и характеристика категории персо- нала	Кол-во чел.		Кате- гория, требо- вания	Ис- точник попол- нения	Срок приема	Оклад в мес., р.	Сумма всего на год, р.
		имею- щаяся	допол- нит.					
	ВСЕГО			ВСЕГО затрат				

Транспорт и связь, энергетическое и инженерное обеспечение

№ п/п	Назначение, наименование и характерис- тика меро- приятия	Име- ется в на- личии	Доп. обеспечение		Сроки		Готовность. Необходи- мые работы. Наличие со- глашений, договоров	Затра- ты, млн. р.
			Источ- ник	Кол-во	Нач. (мес.)	Кон. (мес.)		

Экологичность и безопасность производства

№ п/п	Назначение, наименование и характеристика меро- приятия	Име- ется в на- ли- чии	Обеспечение		Сроки		Готовность. Необходи- мые работы. Наличие со- глашений, договоров	Затра- ты, млн р.
			Источ- ник	Кол-во	Нач. (мес.)	Кон. (мес.)		
	ИТОГО							

Команда управления и ведущие специалисты

№ п/п	Ф. И. О., должность	Задачи, функции, ответ- ственность	Год рождения, образова- ние, специальность, опыт работы, достижения

Правовое обеспечение

№ п/п	Документ и его реквизиты	Краткое содержание (суть и значение для проекта)

Партнеры по реализации проекта

№ п/п	Потребности	Партнер (предприятие, Ф. И. О., тел./факс)	Форма и условия партнерства	Состояние партнерства

График реализации проекта

№ п/п	Наименование этапа	Ответственный	Дата		Длительность, дн.	Результат	Связь с другими этапами		
			Начало	Конец			Номер этапа	Тип связи	Сдвиг в днях

Характеристика активов

Наименование объекта	Перечень этапов, входящих в объект (из формы 23)	Признак актива (отметить знаком «+»)				Предоплаченные расходы	Списание на продукт		Срок амортизации, лет	Период до начала амортизации, дн.	Период списания НДС на активы*, мес.	Продажа активов		
		Земля	Здания	Оборудование	Другое		Название	Объем, ед.				Период эксплуатации до и после продажи, мес.	Цена продажи	Налог на продажу, %

* Значение «ноль» соответствует списанию НДС пропорционально амортизации, значению, отличное от нуля, указывает срок списания НДС, начисленного на актив.

Нормативы для финансово-экономических расчетов**Платежи**

Основная валюта проекта – рубль.

Втора валюта (для финансовых расчетов) – \$ US.

Курс на момент начала проекта	Темпы роста/падения курса валюты по годам проекта, %					Задержки платежей, дн.	
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й и далее	Внутренний рынок	Внешний рынок

Налоги

Наименование	Ставка, %	Регулярность выплат	Облагаемая статья (отметить знаком «+»)									
			Прибыль		Оборот	Экспорт	Зарплата	Активы			Запасы	Доб. стоимость
			бал.	вал.				Земля	Здания	Оборудование		

Инфляция

Объект инфляции	Инфляция по годам с начала проекта				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й и далее
Сбыт					
Прямые издержки					
Общие издержки					
Заработная плата					
Недвижимость					
Энергоносители					

Способ отнесения выплат, процентов по кредитам

Отнесены полностью на затраты	Отнесены полностью на прибыль	Отнесены на затраты в пределах ставки ЦБ РФ, а оставшаяся часть выплат отнесена на прибыль

Ставка Центрального банка РФ (по годам с начала проекта)

1-й	2-й	3-й	4-й	5-й и далее

Масштаб отображения событий (расчетов)

По месяцам для _____ лет.

По кварталам для _____ лет.

Далее по годам на _____ лет.

Расходы на персонал

Долж- ность	Кол-во чел.	Оклад		Регу- ляр- ность вы- плат	Использование		Сумма		При- меча- ние
		тыс. р.	\$US		с мес.	по мес.	тыс. р.	\$ US	
Управленческий персонал									
Производственный персонал									
Персонал по маркетингу и прочие сотрудники									
ВСЕГО расходы на персонал									

Прямые расходы на производство продукции

Продукт _____

Единица измерения _____ Цикл производства, дн. _____

Наименование	Единица измерения	Расход	Цена		Запас			Налоги		
			тыс. р.	\$ US	Страховой, %	Динамичный, дн.	Использование в цикле производства	%	Регулярность выплат	НДС
Материалы										
Комплектующие										

Сдельная зарплата

Наименование операций	Тыс. р.	\$US

Другие издержки

Наименование	Тыс. р.	\$US	Потери, %

Постоянные расходы на производство продукции

Наименование затрат	Сумма		Регулярность выплат	Период выплат		Разовые выплаты	Налоги		
	тыс. р.	\$ US		с мес.	по мес.		%	Регулярность выплат	НДС
Постоянные затраты на управление									
Постоянные затраты на производство									
Постоянные затраты на маркетинг, сбыт (реализацию) продукции									

Другие поступления

Список поступлений	Сумма		Разовые поступления	Регулярные		Отнесены на сбыт	Начислен НДС	Налог на прибыли	Учет инфляции
	р.	\$ US		Периодичность	С_по_				

Другие выплаты

Список выплат	Сумма		Разовые выплаты	Регулярные		Отнесены на прямые издержки	Начислен НДС	Выплачено из прибыли	Учет инфляции
	р.	\$ US		Периодичность	С_по_				

Калькуляция себестоимости продукции

Наименование продукции _____

№ п/п	Наименование статей затрат	Единица измерения	Кол-во	Цена	Сумма	Наличие расшиф- ровки за- трат
	ИТОГО себестоимость					

Смета затрат на проект

№ п/п	Наименование статей	Кол-во	Цена	Стоимость			Наличие расшиф- ровки за- трат
				Всего	В том числе		
					собств. средства	заемные средства	
	ВСЕГО на проект						

Отчет о прибылях и убытках, тыс. р./ \$US

Наименование показателя	Первоначальное состояние	1-й год												2-й год				3-й год				4-й год		5-й год
		1-й кв.			2-й кв.			3-й кв.			4-й кв.			1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.			
		1-й мес.	2-й мес.	3-й мес.	4-й мес.	5-й мес.	6-й мес.	7-й мес.	8-й мес.	9-й мес.	10-й мес.	11-й мес.	12-й мес.											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
1. Выручка от продажи продукции (валовой объем продаж)																								
2. Потери и налоги с продаж																								
3. Чистый объем продаж (3=1-2)																								
4. Сырье и материалы																								
5. Комплектующие изделия																								
6. Сдельная заработная плата																								
7. Другие прямые издержки																								
8. Прямые издержки всего (8=4+5+6+7)																								
9. Валовая прибыль (9=3-8)																								
10. Налоги с дохода и на активы																								

Окончание формы 31

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
11. Операционные издержки																							
12. Торговые издержки																							
13. Административные издержки																							
14. Постоянные издержки всего (14=10+11+12+13)																							
15. Амортизация																							
16. Проценты по кредитам																							
17. Суммарные калькуляционные издержки (17=15+16)																							
18. Другие доходы																							
19. Другие затраты																							
20. Прибыль до выплаты налога (20=9-14-17+18-19)																							
21. Налог на прибыль																							
22. Чистая прибыль (22=20-21)																							

Поток реальных денег (поток наличности), тыс. р./ \$ US

Наименование показателя	Первоначальное состояние	1-й год												2-й год				3-й год				4-й год	5-й год
		1-й кв.		2-й кв.		3-й кв.		4-й кв.		1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.						
		1-й мес.	2-й мес.	3-й мес.	4-й мес.	5-й мес.	6-й мес.	7-й мес.	8-й мес.									9-й мес.	10-й мес.	11-й мес.	12-й мес.		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1. Поступления от сбыта продукции																							
2. Прямые производственные издержки																							
3. Затраты на сделанную зарплату																							
4. Поступления от других видов деятельности																							
5. Выплаты на другие виды деятельности																							
6. Общие (постоянные) издержки																							
7. Налоги																							
8. Операционная деятельность (8=1-2-3+4-5-6-7)																							
9. Затраты на приобретение активов																							
10. Другие издержки подготовительного периода																							

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
11. Поступления от продажи активов																							
12. Инвестиционная деятельность (12=11-9-10)																							
13. Собственный (акционерный) капитал																							
14. Займы																							
15. Погашение задолженности по кредитам																							
16. Выплаты дивидендов																							
17. Выплаты процентов по займам																							
18. Банковские вклады																							
19. Доходы по банковским вкладам																							
20. Финансовая деятельность (20=13+14-15-16-17+18+19)																							
21. Баланс наличности на начало периода (показатели 20=22-22 (предшествующего))																							
22. Баланс наличности на конец периода (22=8+12+20+21)																							

Прогнозный баланс

Наименование показателя	Первоначальное состояние	1-й год												2-й год				3-й год				4-й		5-й год
		1-й кв.			2-й кв.			3-й кв.			4-й кв.			1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.			
		1-й мес.	2-й мес.	3-й мес.	4-й мес.	5-й мес.	6-й мес.	7-й мес.	8-й мес.	9-й мес.	10-й мес.	11-й мес.	12-й мес.											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
1. Средства на счете																								
2. Счета к получению																								
3. Товарно-материальные запасы																								
4. Предоплаченные расходы																								
5. Ценные бумаги																								
6. Суммарные текущие активы																								
7. Земля																								
8. Здания и сооружения																								
9. Оборудование																								
10. Другие активы																								
11. Незавершенное производство (инвестиции)																								
12. Суммарные активы																								

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
13. Отсроченные на- логовые платежи																							
14. Счета к оплате																							
15. Краткосрочные кредиты																							
16. Полученные авансы																							
17. Суммарные крат- косрочные обяза- тельства																							
18. Долгосрочные займы																							
19. Акционерный ка- питал																							
20. Нераспределен- ная прибыль																							
21. Суммарный соб- ственный капитал																							
22. Суммарный пас- сив																							

Источники финансирования и выплат*Собственный акционерный капитал*

№ п/п	Акционеры и их особенности	Сумма		Дата	Постепенная выплата взносов		
		тыс. р.	\$US		Периодичность	С мес.	По мес.

Заемный капитал (кредиты)

№ п/п	Наименование займа, кредита, их особенности	Сумма		Дата	Период, мес.
		р.	\$US		

Условия регулярных выплат по займам и процентов по ним

№ п/п	Наименование займа, кредита их особенности	%	Выплаты, %			Выплаты займа в период		Капитализация (+)
			Периодичность	С мес.	По мес.	С мес.	По мес.	

Условия нерегулярных выплат (по схеме)

№ п/п	Наименование займа, кредита	%	Выплаты, %		Выплаты займа		Отнесение процента по кредитам			Капитализация
			Сумма	Дата	Сумма	Дата	на затраты	на прибыль	с учетом ставки ЦБ	

Размещение свободных средств на депозит

№ п/п	Наименование депозита	Сумма		Дата	Срок, мес.	Выплата, %		Налог, %
		тыс. р.	\$US			Ставка, %	Периодичность	

Рефинансирование прибыли

Г о д	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й и далее
Доля прибыли, идущая на рефинансирование, %					

Выплата дивидендов

Г о д	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й и далее	Периодичность выплат
Доля прибыли, идущая на выплату дивидендов, %						

Направленность проекта

№ п/п	Направление реализации проекта	Характеристика проекта	Примечание

Значимость (масштабность) проекта

Масштаб инвестиционного проекта	Значимость проекта	Подтверждение

Риски предприятия и меры предупреждения

№ п/п	Содержание риска	Возможные потери		Меры предупреждения и снижения риска
		Характеристика	Сумма	

Форс-мажорные обстоятельства

Гарантии партнерам и инвесторам

№ п/п	Содержание и размер возможных гарантий	Готовность механизма реализации

НАЛОГ НА РЕКЛАМУ

Налог на рекламу устанавливается на основании ст. 15 первой части Налогового кодекса РФ, введенной в действие Федеральным законом от 05.08.2000 № 118-ФЗ, и в соответствии с Федеральным законом «О рекламе» № 108-ФЗ от 18.07.1995 (по Екатеринбургу – в соответствии с решением Екатеринбургской городской думы от 14.07.1999 № 07/3 в редакции от 16.05.2000.

Ставка налога на рекламу устанавливается в размере 5% от стоимости (величины фактических затрат) рекламных работ и услуг рекламодателя. Ставка налога на рекламу товара, оплачиваемую в свободно конвертируемой валюте, устанавливается путем перерасчета рубля в данную валюту по рыночному курсу банка на момент размещения рекламы.

Налог на рекламу исчисляется исходя из установленной ставки налога и стоимости рекламных работ (услуг), определяемых с учетом фактически произведенных расходов в действующих ценах и тарифах, включая НДС, акцизы, налог с продаж.

Если рекламодатель производит работы самостоятельно, то стоимость таких работ для целей налогообложения определяется исходя из фактически произведенных прямых и косвенных расходов. К прямым расходам относятся материальные затраты, затраты на заработную плату с отчислениями на социальные нужды, амортизационные отчисления на полное восстановление оборудования, непосредственно используемого при изготовлении средств распространения рекламы, другие затраты. К косвенным расходам относятся общепроизводственные и общехозяйственные. При этом доля косвенных расходов, подлежащих включению в стоимость рекламных работ для целей исчисления налога на рекламу, определяется исходя из процентного соотношения общей суммы таких расходов к величине прямых затрат, произведенных рекламодателем в отчетном периоде.

Пример. Общая сумма прямых затрат в текущем месяце – 120 тыс. р., в том числе затраты на изготовление рекламы – 30 тыс. р., или 25% ($30 : 120 \cdot 100$).

Общая сумма косвенных расходов в текущем месяце – 80 тыс. р.

Величина косвенных расходов, подлежащих включению в стоимость рекламных работ для исчисления налога на рекламу, – 20 тыс. р. ($80 : 100 \cdot 25$).

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СРОКА ВОЗВРАТА ССУДЫ БАНКУ

Предприятие берет ссуду в банке на сумму 2 млн р. сроком на 3 мес. при процентной ставке 20% годовых, т. е. 1,67% в месяц.

Через 3 мес. предприятие должно вернуть банку 2100,2 тыс. р. (1,6 7% от 2 млн р. составляет 33,4 тыс. р., за 3 мес. – 100,2 тыс. р.). Рассчитаем, сможет ли предприятие вернуть деньги банку в срок. Рассмотрим следующую формулу:

$$T = \frac{И + n}{П + А},$$

где И – сумма ссуды;

n – сумма, набежавшая по процентам;

П – средняя прибыль предприятия за 3 мес. (предположим, 736 тыс. р. за месяц);

А – амортизационные отчисления (примем 480 тыс. р. за 3 мес.).

$$T = \frac{2\,000\,000 + 100\,200}{2\,208\,000 + 480\,000} = \frac{2\,100\,200}{2\,688\,000} = 0,78 \text{ (мес.)}.$$

Итак, предприятие сможет вернуть банку деньги в срок.

ФОРМЫ К ПЛАНУ ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Сводная таблица финансовых показателей

Коэффициент	Г о д				Средний показатель по отрасли
	0-й	1-й	2-й	3-й	
Коэффициенты ликвидности:					
Коэффициент текущей ликвидности					
Коэффициент абсолютной ликвидности					
Запасы / Чистые оборотные средства					
Текущая задолженность / Запасы					
Коэффициенты устойчивости:					
Общая задолженность / Итог по активам					
Текущая задолженность / Итог по активам					
Общая задолженность / Остаточная стоимость ос- новных средств					
Текущая задолженность / Остаточная стоимость ос- новных средств					
Коэффициент обеспеченности собственными средствами					
Коэффициенты деловой активности:					
Коэффициент общей оборачиваемости капитала					
Коэффициент оборачиваемости готовой продукции					
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задол- женности					
Средний срок оборота дебиторской задолженности					
Коэффициент оборачиваемости кредиторской за- долженности					
Средний срок оборота кредиторской задолженности					
Коэффициент оборачиваемости собственных средств					
Коэффициенты прибыльности:					
Норма прибыли до налогообложения					
Чистая норма прибыли					
Общий доход на активы					
Доход на остаточную стоимость основных средств					

**Перечень мероприятий по восстановлению платежеспособности
и поддержанию эффективной хозяйственной деятельности**

Наименование мероприятий	Финансовые средства, необходимые для проведения мероприятий									
	Г о д									
	1-й кв.				2-й кв.				...	n
	1-й мес.	2-й мес.	3-й мес.	4-й мес.	1-й мес.	2-й мес.	3-й мес.	4-й мес.		
ИТОГО										

**Характеристика предприятий в части участия их на товарном рынке
(наименование рынка)**

(наименование рынка)

Название хозяйствующего субъекта	Объем производства	Поставлено на рынок хозяйствующим субъектом	Общий объем поставки на рынок всеми хозяйствующими субъектами	Доля поставки на рынок в процентах к общему объему поставки
1	2	3	4	$5 = (3 : 4) \cdot 100$

Объем сбыта продукции предприятия по каждому каналу

№ п/п	Наименование продукции	Объем сбыта (шт./р.)				
		на 01.01.200	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.

Оглавление

Введение	3
Организация аналитической работы и оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия	5
Оценка состояния и использования основного капитала	6
Пути улучшения использования производственных мощностей.....	15
Пути повышения эффективности использования оборотного капитала	22
Проблемы и пути повышения производительности труда на предприятии.....	28
Пути повышения конкурентоспособности продукции	32
Издержки производства и пути их снижения	39
Анализ прибыли и рентабельности, пути их повышения	54
Обоснование инвестиционного проекта	64
Бизнес-план оздоровления финансового состояния предприятия	91
Заключение	119
Библиографический список	121
Приложение 1. Примеры оценки уровня конкурентоспособности продукции	124
Приложение 2. Формы к бизнес-плану инвестиционного проекта	129
Приложение 3. Налог на рекламу.....	159
Приложение 4. Определение срока возврата ссуды банку	160
Приложение 5. Формы к плану финансового оздоровления предприятия	161

Мокроносов Александр Германович
Руткаускас Татьяна Константиновна

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ:
АНАЛИЗ, ПЛАНИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА

Учебно-методическое пособие

Редактор Е. А. Ушакова
Компьютерная верстка Н. А. Ушениной

Печатается по постановлению
редакционно-издательского совета университета

Подписано в печать 12.11.04. Формат 60×84/16. Бумага для множ. аппаратов.
Печать плоская. Усл. печ.л. 9,9. Уч.-изд.л. 10,6. Тираж 200 экз. Заказ № 136.
Издательство Российского государственного профессионально-педагогического
университета. Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11.
Ризограф РГППУ. Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11.